

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Кафедра №82

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель направления

д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

 В.Б. Сироткин

(подпись)

«26» мая 2019 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Организация связей с общественностью»

(Название дисциплины)

Код направления	38.03.02
Наименование направления	Менеджмент
Наименование направленности	Управление человеческими ресурсами
Форма обучения	заочная

Санкт-Петербург 2019 г.

Программу составил(а)

Ст. преподаватель
должность, уч. степень, звание


19.05.19
подпись, дата

М.А.Шкиртиль
инициалы, фамилия

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

«19» мая 2019 г, протокол № 9

Заведующий кафедрой № 82

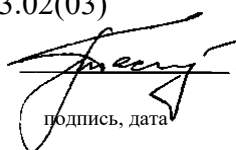
проф.,д.э.н.,проф.
должность, уч. степень, звание


19.05.19
подпись, дата

А.С. Будагов
инициалы, фамилия

Ответственный за ОП 38.03.02(03)

доц., с.н.с., доц.
должность, уч. степень, звание


19.05.19
подпись, дата

А.Б. Песоцкий
инициалы, фамилия

Заместитель директора института (декана факультета) № 8 по методической работе

доц.,к.э.н.,доц.
должность, уч. степень, звание


19.05.19
подпись, дата

Л.Г. Фетисова
инициалы, фамилия

Аннотация

Дисциплина «Организация связей с общественностью» входит в вариативную часть образовательной программы подготовки обучающихся по направлению «38.03.02 «Менеджмент» направленность «Управление человеческими ресурсами». Дисциплина реализуется кафедрой №82

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника общекультурных компетенций:

ОК-5 «способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия»,

ОК-6 «способность к самоорганизации и самообразованию»,

ПК-9 «способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением и формированием общественного мнения как вовне, так и внутри организации.

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Язык обучения дисциплине русский.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине 1.1.

Цели преподавания дисциплины

Целью курса «Организация связей с общественностью» является изучение современных технологий изучения и формирования общественного мнения об организации, развитие у студентов способностей, позволяющих планировать и управлять взаимоотношениями с общественностью для создания и поддержания благоприятного общественного мнения об организации и предлагаемых ею товарах и услугах, предоставление студентам возможности развить навыки построения массовых и межличностных коммуникаций.

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

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями: ОК-5 «способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия»:

знать – основные информационные стратегии и тактические инструменты их реализации;

- основные инструменты организации взаимоотношений внутри коллектива и с внешними целевыми группами;
 - основные причины возникновения информационных барьеров и способы предотвращения их появления и устранения.
 - основные характеристики современных информационных каналов для организации коммуникаций и принципы их выбора;
 - основные принципы и формы работы со средствами массовой информации;
 - грамматические основы, обеспечивающие коммуникацию общего и профессионального характера без искажения смысла при письменном и устном общении;
- уметь – выбирать информационные стратегии и тактические инструменты их реализации, планировать работу по налаживанию взаимоотношений с общественностью, формированию общественного мнения и рекламе,
- формулировать основные положения и требования к имиджу и фирменному стилю конкретной организации;
 - выбирать информационные каналы и методики для организации эффективных коммуникаций с учетом сферы деятельности фирмы и стадии жизни товара;
 - подготовить информацию для средств массовой информации; владеть навыками - реализации программ по изучению формированию и поддержанию общественного мнения в коллективе организации, ее целевых группах и в социуме; - ведения дискуссии, полемики, диалога.

ОК-6 «способность к самоорганизации и самообразованию»:

- знать – основные формы и методы сбора, обработки и представления информации;
- особенности межличностной и массовой коммуникации,
- основные положения тайм-менеджмента уметь – выбирать и использовать информационные каналы для поиска информации в зависимости от стоящих задач
- вести деловую переписку и переговоры с использованием традиционных и современных технологий,

- налаживать коммуникации для получения необходимой информации владеть навыками – ведения дискуссии и других форм групповой работы в режиме диалога сбора и обработки информации ее анализа и формирования выводов.

ПК-9 «способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли»: знать – принципы и правила налаживания, поддержания и развития отношений с целевыми группами

- способы и формы исследования целевых групп,
- способы и формы исследования целевых сегментов рынка ИКТ, уметь – формулировать основные цели и задачи исследования целевых сегментов владеть навыками – обработки и анализа результатов исследования,
- выработки рационального ИС и ИКТ-решения для управления бизнесом

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина базируется на знаниях, ранее приобретенных студентами при изучении следующих дисциплин:

- Культурология
- Социология и политология

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- Управление человеческими ресурсами
- Управление качеством
- Государственное и муниципальное управление
- Маркетинговые коммуникации
- Бизнес-планирование

3. Объем дисциплины в ЗЕ/академ. час

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 1

Таблица 1 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№4
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/(час)	2/ 72	2/ 72
<i>Аудиторные занятия</i> , всего час.,	8	8
<i>В том числе</i>		
лекции (Л), (час)	4	4

Практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	4	4
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
Экзамен, (час)		
Самостоятельная работа , всего	64	64
Вид промежуточной аттестации: зачет, экзамен, дифференцированный зачет (Зачет. Экз. Дифф. зач)	Зачет	Зачет

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий

Разделы и темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 2. Таблица

2. – Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 4					
Раздел 1. Причины возникновения и этапы развития деятельности по организации связей с общественностью	1				2
Раздел 2. Имидж и фирменный стиль Тема 2.1. Имидж и его функции Тема 2.2. Фирменный стиль и его основные элементы	1	1			7
Раздел 3. Общение Тема 3.1. Основные принципы общения Тема 3.2. Информационные стратегии и тактические подходы к их реализации Тема 3.3 Информационные барьеры в диалоге	1				8

Раздел 4. Основные информационные каналы распространения информации об организации Тема 4.1. Работа со средствами массовой информации Тема 4.2. Полиграфические материалы в организации связей с общественностью Тема 4.3. Прямая почтовая рассылка Тема 4.4. Интернет и социальные сети в организации связей с общественностью Тема 4.5. Участие организации в выставках Тема 4.6. Другие информационные каналы		1			14
Раздел 5. Реклама в системе налаживания связей с общественностью Тема 5.1. Основные положения и принципы рекламного дела Тема 5.2. классификация рекламы и критерии выбора вида рекламы	1				15
Раздел 6. Паблик рилейшнз в корпоративных отношениях Тема 6.1. Организация внутрикорпоративных общественных связей Тема 6.2. Социальная корпоративная ответственность и отчетность					6
Раздел 7. Планирование и ведение работы по организации связей с общественностью		2			12
Итого:	4	4	0	0	36

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 3.

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Причины возникновения и этапы развития деятельности по организации связей с общественностью: Введение. Цель курса, структура курса. Основная литература по курсу. Этапы развития деятельности по организации связей с общественностью и паблик рилейшнз. Основные понятия дисциплины.
2	База формирования имиджа и фирменного стиля. Функции имиджа Имидж и фирменный стиль Фирменный стиль и его основные элементы. Требования к основным элементам фирменного стиля

3	Основные принципы, формы и средства общения. Вербальные и невербальные коммуникации. Сбор и обработка информации. Подготовка публичных выступлений и текстовых материалов. Современные информационные стратегии: классификация, критерии выбора и тактические подходы к их реализации. Информационные барьеры в диалоге
5	Взаимосвязь эффективности рекламы и уровня организации ПР. Основные положения и принципы рекламного дела. Классификация рекламы. Критерии выбора рекламных средств.

Таблица 3 - Содержание разделов и тем лекционных занятий

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 4				
1.	Элементы фирменного стиля и основные требования к ним	Решение ситуационных задач, моделирование реальных условий	1	2
2.	Подготовка пресс-релиза. Подготовка информационных материалов	Решение ситуационных задач моделирование реальных условий	1	4
3.	Планирование деятельности по организации взаимоотношений с общественностью	Деловая учебная игра	2	7
Всего:			4	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено			

4.5. Курсовое проектирование (работа)

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа студентов

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 6. Таблица 6 Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 4, час
1	2	3
Самостоятельная работа, всего	100	64
изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	58	34
Подготовка к текущему контролю (ТК)	12	10
контрольные работы заочников (КРЗ)	30	20

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы студентов указаны в п.п. 8-10.

6. Перечень основной и дополнительной

литературы 6.1. Основная литература Перечень основной литературы приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Перечень основной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка / URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных источников)
658 К85	Крылова Г.Д. Маркетинг: [Текст]: учебник / Г.Д.Крылова, М.И.Соколова. – Магистр. 2011. – 492 стр: рис. – Библиогр.: с. 492 – 493 (32 назв). ISBN 978-5-9776-0101-6	10
659 М 23	Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации [Текст]: учебное пособие / Б. Р. Мандель. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. – 205 с. – Библиогр.: с. 195 – 201 (123 назв.). – ISBN978-5-9558-0094-3	20
339 С60	Соловьев Б.А., Маркетинг. [Текст]: учебник / Б.А.Соловьев, А.А.Машков, Б.В.Мусатов: Рос.экон.акад им. Г.В.Плеханова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 336 с.: рис., табл. – (Высшее образование). – Библиогр.: с. 335 ISBN 978-5-16-003647-2	10

659 Ч-52	Четвертков, Н. В. Современная пресс-служба [Текст]: учебное пособие / Н. В. Четвертков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Аспект пресс, 2010. – 191 с. – Библиогр.: с. 187 – 188. – ISBN 978-5-7567-0581-2 Имеет гриф УМС УМО МГИМО (У) МИД РФ	10
	Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба [Электронный ресурс]: учебник. – Электрон. дан. – М. : КноРус, 2013. – 222 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=53541 – Загл. с экрана.	
	Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Электрон. дан. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 288 с– Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=68859 – Загл. с экрана.	

6.2. Дополнительная литература

Перечень дополнительной литературы приведен в таблице 8. Таблица 8 – Перечень дополнительной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка / URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных источников)
659 Г 94	Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз [Текст]: учебное пособие / М. В. Гундарин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ФОРУМ, 2011. – 312 с. : табл. – (Высшее образование). – Библиогр.: с. 307 – 308. – ISBN 978-5-91134-464-1	20
002 К 66	Корконосенко, С. Г. Введение в журналистику [Текст]: учебное пособие / С. Г. Корконосенко. – М. : КноРус, 2011. – 272 с. : рис. – Библиогр.: с. 268 – 270. – ISBN 978-5-406-00651-1. Имеет гриф УМО по классическому университетскому образованию	10
	Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Электрон. дан. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 256 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=68857 – Загл. с экрана.	
	Лукина М. Технология интервью: Учеб. пособие для вузов [Электронный ресурс] : учебное пособие. – Электрон. дан. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 192 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=68828 – Загл. с экрана.	

	<p>Муромцева, А.В. Искусство презентации. Основные правила и практические рекомендации [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Электрон. дан. – М.: ФЛИНТА, 2011. – 111 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=20206</p>	
	<p>Озеров, И.Х. Общество потребителей [Электронный ресурс] : монография. – Электрон. дан. – СПб: Лань, 2013. – 325 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=29973 – Загл. с экрана.</p>	

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

URL адрес	Наименование
http://lms.guap.ru/	Система дистанционного обучения ГУАП

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
2	Microsoft Windows
3	Microsoft Office

8.2. Перечень информационно-справочных систем

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	ЭБС «ZNANIUM»
2	ЭБС «ЛАНЬ»

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Состав материально-технической базы представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).
2	Учебная аудитория для проведения практических занятий - Аудитория укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации
4	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

10. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

10.1. Состав фонда оценочных средств приведен в таблице 13

Таблица 13 - Состав фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Примерный перечень оценочных средств
Зачет	Список вопросов; Задачи

10.2. Перечень компетенций, относящихся к дисциплине, и этапы их формирования в процессе освоения образовательной программы приведены в таблице 14.

Таблица 14 – Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер семестра	Этапы формирования компетенций по дисциплинам/практикам в процессе освоения ОП
ОК-5 «способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия»	
2	Культурология
3	Социология и политология
4	Организация связей с общественностью
4	Психология и педагогика
ОК-6 «способность к самоорганизации и самообразованию»	
1	Математика. Аналитическая геометрия и линейная алгебра
1	Математика. Математический анализ
1	Информатика
1	Основы социального государства
1	Иностранный язык
1	Прикладная физическая культура (элективный модуль)

1	История
1	Экономическая география и регионалистика
2	Иностранный язык
2	Культурология
2	Математика. Математический анализ
2	История управленческой мысли
2	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
2	Информатика
2	Экономика. Микроэкономика
2	Концепции современного естествознания
2	Учебная практика
3	Математика. Теория вероятностей и математическая статистика
3	Экономика организации
3	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
3	Экономика. Макроэкономика
3	Философия
3	Иностранный язык
3	Социология и политология
4	Институциональная экономика
4	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
4	Иностранный язык
4	Психология и педагогика
4	Мировая экономика и международные экономические отношения
4	Статистика
4	Основы менеджмента
4	Производственная практика
4	Организация связей с общественностью
4	Безопасность жизнедеятельности
4	Деловая этика
5	Финансовый учет
5	Теория организации
5	Информационные системы в менеджменте
5	Институциональная экономика
5	Основы менеджмента
5	Экология
5	Социально-экономическая статистика
5	Иностранный язык (второй)
5	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
5	Деловой иностранный язык

5	Мировая экономика и международные экономические отношения
6	Правоведение
6	Физическая культура
6	Финансовый анализ
6	Основы информационной безопасности

6	Деловой иностранный язык
6	Исследование систем управления
6	Иностранный язык (второй)
6	Информационные технологии
6	Производственная практика
7	Финансовые рынки и институты
7	Методы принятия управленческих решений
7	Маркетинг
7	Организационное поведение
7	Деловые коммуникации
7	Моделирование бизнес-процессов
7	Государственное и муниципальное управление
8	Финансовый менеджмент
8	Управление человеческими ресурсами
8	Бизнес-планирование
8	Управленческий учет
8	Управление качеством
8	Управление проектами
8	Финансовые рынки и институты
9	Финансовый менеджмент
9	Управление вознаграждением персонала
9	Антикризисное управление
9	Управление развитием персонала
9	Маркетинговые коммуникации
9	Управление изменениями
9	Стратегический менеджмент

10	Риск-менеджмент
10	Корпоративная социальная ответственность
10	Стратегический менеджмент
10	Конфликтология
10	Управление цепочками поставок
10	Деловое администрирование
10	Управление изменениями
10	Производственная преддипломная практика
ПК-9 «способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли»	
3	Экономика. Макроэкономика
4	Организация связей с общественностью
6	Производственная практика
7	Маркетинг
7	Организационное поведение
7	Государственное и муниципальное управление
8	Бизнес-планирование

10.3. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) у обучающихся компетенций применяется шкала модульно–рейтинговой системы университета. В таблице 15 представлена 100–балльная и 4–балльная шкалы для оценки сформированности компетенций. Таблица 15 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции		Характеристика сформированных компетенций
100-балльная шкала	4-балльная шкала	
85 ≤ К ≤ 100	«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет системой специализированных понятий.

70□К□84	«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет системой специализированных понятий.
55□К□69	«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой специализированных понятий.
К□54	«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся не усвоил значительной части программного материала; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений.

10.4. Типовые контрольные задания или иные материалы:

1. Вопросы (задачи) для экзамена (таблица 16)

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена
	Учебным планом не предусмотрено

2. Вопросы (задачи) для зачета / дифференцированного зачета (таблица 17)

Таблица 17 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифференцированного зачета
1.	Место организации связей с общественностью в системе маркетинга
3.	Основные направления использования инструментария паблик рилейшнз
4.	Имидж и его функции
5.	Фирменный стиль: база формирования и основные элементы
6.	Классификация фирменных знаков
7.	Основные критерии оценки фирменных знаков
8.	Слоган: основные требования и наиболее распространенные подходы к созданию
9.	Основные принципы и правила общения
10.	Информационные стратегии. Классификация, критерии выбора

11.	Основные каналы распространения информации об организации, используемые в паблик рилейшнз и рекламе, их сравнительные характеристики
12.	Принципы работы со средствами массовой информации.
13.	Основные формы работы со средствами массовой информации
14.	Требования к содержанию и структуре пресс-релиза
15.	Подготовка и проведение пресс-конференции и презентации
16.	Интервью: подготовка, проведение, подготовка к публикации
17.	Полиграфические материалы в организации связей с общественностью. Их классификация, требования к основным видам.
18.	Общие требования к тексту полиграфических материалов по содержанию и оформлению
19.	Общие требования к иллюстрациям в полиграфических материалах
20.	Использование видеоинформации в паблик рилейшнз
21.	Прямая почтовая рассылка, ее преимущества и недостатки
22.	Способы повышения эффективности прямой почтовой рассылки
23.	Использование интернет и социальных сетей в организации связей с общественностью
24.	Реклама: определение, принципиальные требования
25.	Основные виды рекламы и их особенности.
26.	Критерии выбора вида рекламы
27.	Реклама в печати
28.	Радиореклама
29.	Телевизионная реклама
30.	Наружная реклама
31.	Основные принципы построения текстовых рекламных материалов.
32.	Требования к графическому оформлению рекламных материалов
33.	Базовые положения планирования и организации ПР и рекламных кампаний
34.	Выставка, ярмарка: определение, общее и отличное.
35.	Принципы выбора и основные этапы подготовки и проведения выставки.
36.	Основные затраты организации при участии в выставке
37.	Социальная корпоративная ответственность и отчетность
38.	Формирование отношений внутри коллектива
39.	Базовые положения планирования и проведения кампаний по формированию общественного мнения

3. Темы и задание для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта (таблица 18)

Таблица 18 – Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта
	Учебным планом не предусмотрено

4. Вопросы для проведения промежуточной аттестации при тестировании (таблица 19)

Таблица 19 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов
	Учебным планом не предусмотрено

5. Контрольные и практические задачи / задания по дисциплине (таблица 20)

Таблица 20 – Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий

№ п/п	Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий
1.	Сбор, обработка и представление информации в организации связей с общественностью
2.	Информационные стратегии и инструменты их реализации; критерии выбора информационной стратегии
3.	Информационные каналы, используемые для организации связей с общественностью, их выбор в зависимости от параметров организации, текущих и перспективных задач
4.	Элементы фирменного стиля и критерии формирования состава бренд-бука
5.	Основные формы работы со СМИ
6.	Выбор вида рекламы в соответствии с заданными параметрами организации и целями рекламной кампании
7.	Формирование плана PR-кампании в соответствии с ее целью и заданными параметрами организации

10.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и / или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в Положениях «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульнорейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Целью курса «Организация связей с общественностью» является изучение современных технологий изучения и формирования общественного мнения об организации, развитие у студентов способностей, позволяющих планировать и управлять взаимоотношениями с общественностью для создания и поддержания благоприятного общественного мнения об

организации и предлагаемых ею товарах и услугах, предоставление студентам возможности развить навыки построения массовых и межличностных коммуникаций.

Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимся лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходиться к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

- Чтение лекций 1,2 разделов;
- Текущий контроль в виде контрольного опроса;
- Чтение лекции 3 раздела;
- Текущий контроль в виде контрольного опроса;
- Чтение лекций 5 раздела;
- Текущий контроль в виде контрольного опроса;

Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающемуся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Функции практических занятий:

- познавательная;
- развивающая;
- воспитательная.

По характеру выполняемых обучающимся заданий по практическим занятиям подразделяются на:

- ознакомительные, проводимые с целью закрепления и конкретизации изученного теоретического материала;
- аналитические, ставящие своей целью получение новой информации на основе формализованных методов;
- творческие, связанные с получением новой информации путем самостоятельно выбранных подходов к решению задач.

Формы организации практических занятий определяются в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения. Они могут проводиться:

- в интерактивной форме (решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, игровое проектирование, имитационные занятия, выездные занятия в организации (предприятия), деловая учебная игра, ролевая игра, психологический тренинг, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии);
- в не интерактивной форме (выполнение упражнений, решение типовых задач, решение ситуационных задач и другое).

Методика проведения практического занятия может быть различной, при этом важно достижение общей цели дисциплины.

Требования к проведению практических занятий Материалы практических занятий должны быть:

- актуальными,
- связанными с другими видами учебных занятий по дисциплине,
- максимально приближенными к реальной профессиональной деятельности выпускника,

- опираться на знания и умения, уже сформированные у студентов на предшествующих занятиях,
- поддерживающими связь теоретического и практического обучения;
- стимулирующими интерес к изучению дисциплины;
- опирающимися на самостоятельную работу студентов по изучению теоретического материала по заданной теме практического занятия.

Задания для практических занятий

- Выбор элементов фирменного стиля, входящих в брэндбук, и обоснование этого выбора
- Подготовка пресс-релиза.
- Разработка плана работы по организации взаимоотношений с общественностью внутри организации
- Выбор информационных каналов для формирования общественного мнения об организации в соответствии с характеристиками этой организации, текущими и перспективными задачами, стоящими перед ней
- Планирование деятельности по организации взаимоотношений с общественностью

Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу. Для ее выполнения студент выбирает одну из тем, перечисленных в таблице 20 и пишет на эту тему реферат объемом от 15 до 25 страниц. Для написания реферата можно как использовать литературу, перечисленную в таблицах 7 и 8, так и провести дополнительный библиографический поиск по выбранной тематике.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;
- методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой