

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

проф., д.т.н., проф.
ность, уч. степень, звание)



А.П. Ястребов
(подпись)

«03» _____ июня _____ 2019г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Организация связей с общественностью»

(Название дисциплины)

Код направления	38.03.06
Наименование направления	Торговое дело
Наименование направленности	Реклама в торговой деятельности
Форма обучения	заочная

Санкт-Петербург 2019 __ г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил(а)

Ст. преподаватель

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

М.А.Шкиртиль

инициалы, фамилия

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

«15»__05__2019г, протокол №__10__

Заведующий кафедрой № 82

Д.Э.Н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г..

А.С. Будагов

инициалы, фамилия

Ответственный за ОП 38.03.06(03)

доц., к.э.н., доц. _____

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г..

Л.В. Рудакова

инициалы, фамилия

Заместитель директора института (факультета) № 8 по методической работе

доц., к.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г..

Л.Г. Фетисова

инициалы, фамилия

Аннотация

Дисциплина «Организация связей с общественностью» входит в вариативную часть образовательной программы подготовки обучающихся по направлению «38.03.06 «Торговое дело » направленность «Реклама в торговой деятельности». Дисциплина реализуется кафедрой №82

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника

общекультурных компетенций:

ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»;

профессиональных компетенций:

ПК-5 «способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами».

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, самостоятельная работа студента, консультации.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Язык обучения по 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.

1.2. 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 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-5 «способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами»:

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.

2. Место дисциплины в структуре ОП

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

- Организация рекламной деятельности
- История управленческой мысли
- Менеджмент

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

- Торгово-экономические отношения России в современных условиях

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
		№б
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/(час)	3/ 108	3/ 108
<i>Аудиторные занятия</i> , всего час., <i>В том числе</i>	8	8
лекции (Л), (час)	8	8
Практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)		
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
Экзамен, (час)		
Самостоятельная работа , всего	100	100
Вид промежуточной аттестации: зачет, экзамен, дифференцированный зачет (Зачет.	Зачет	Зачет

Экз. Дифф. зач)		
-----------------	--	--

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 6					
Раздел 1. Причины возникновения и этапы развития деятельности по организации связей с общественностью	1				
Раздел 2. Имидж и фирменный стиль Тема 2.1. Имидж и его функции Тема 2.2. Фирменный стиль и его основные элементы	1				14
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				14
Раздел 4. Основные каналы информационных каналов 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				17
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				11

Раздел 6. Паблик рилейшнз в корпоративных отношениях Тема 6.1. Организация внутрикорпоративных общественных связей Тема 6.2. Социальная корпоративная ответственность и отчетность	1				8
Раздел 7. Планирование и ведение работы по организации связей с общественностью	2				36
Итого в семестре:	8				100
Итого:	8	0	0	0	100

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 3.

Таблица 3 - Содержание разделов и тем лекционных занятий

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
4	Основные информационные каналы распространения информации об организации, их характеристики. Критерии выбора информационных каналов. Средства массовой информации (СМИ), их основные характеристики как каналов распространения информации о фирме и товаре. Основные принципы и этика взаимоотношений со СМИ. Формы работы со СМИ. Жанровые возможности СМИ. Принципы отбора материалов для СМИ. Полиграфические материалы в организации связей с общественностью. Прямая почтовая рассылка. Интернет и социальные сети в организации связей с общественностью.

	Видеоинформация. Выставки и ярмарки: история вопроса, круг понятий, критерии и принципы выбора, основные этапы подготовки и организации, основные затраты.
4	Взаимосвязь эффективности рекламы и уровня организации ПР. Основные положения и принципы рекламного дела. Классификация рекламы. Критерии выбора рекламных средств. Паблик рилейшнз, реклама и другие формы налаживания отношений с общественностью
5	Основные принципы и организационные формы деятельности по налаживанию взаимоотношений внутри фирмы. Связь корпоративного имиджа и корпоративных взаимоотношений с имиджем фирмы на внешнем рынке. Социальная корпоративная ответственность и корпоративная отчетность
6	Постоянство и плановость как одни из основных и неотъемлемых характеристик деятельности по организации связей с общественностью. Основные принципы планирования деятельности по организации взаимоотношений с общественностью, рекламе и формированию общественного мнения. Роль и принципы организации тематических кампаний паблик рилейшнз. Особенности организации связей с общественностью для организаций различной направленности и форм собственности.
7	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.

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
Учебным планом не предусмотрено				

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 6, час
1	2	3
Самостоятельная работа, всего	100	100
изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	78	78
курсовое проектирование (КП, КР)		
расчетно-графические задания (РГЗ)		
выполнение реферата (Р)		
Подготовка к текущему контролю (ТК)	12	12
домашнее задание (ДЗ)		
контрольные работы заочников (КРЗ)	10	10

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)
	Морошкин, В. А. Маркетинг: учебное пособие / В. А. Морошкин, Н. А. Контарёва, Н. Ю. Курганова — М. : ФОРУМ, 2017. — 352 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-432-0. https://znanium.com/read?id=372508	
	Ким, С. А. Маркетинг / Ким С.А. - Москва : Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5394-02014-8. - Текст : электронный. https://znanium.com/read?id=7483	

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)
	Морошкин, В. А. Маркетинг: учебное пособие / В. А. Морошкин, Н. А. Контарёва, Н. Ю. Курганова — М. : ФОРУМ, 2017. — 352 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-432-0. https://znanium.com/read?id=372508	

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://www.mavriz.ru/	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

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
1.	Microsoft Windows 7 418-7 от 14.06.2013 110-7 от 28.02.2019
2.	Microsoft Office Standard 1031-3 от 31.07.2018

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 издательства ЛАНЬ
3	Консультант Плюс

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	Номер аудитории (при необходимости)
1	Мультимедийная лекционная аудитория	

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;

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 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
3	Статистика
3	Философия
3	Математика. Теория вероятностей и математическая статистика
3	Экономика организации
3	Иностранный язык
3	Экономика. Макроэкономика
3	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
4	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
4	Мировая экономика и международные экономические отношения
4	Бухгалтерский учет и аудит
4	Безопасность жизнедеятельности
4	Менеджмент
4	Теоретические основы товароведения
4	Иностранный язык
4	Фирменный знак в торговле
5	Бухгалтерский учет и аудит
5	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
5	Рекламная деятельность
5	Маркетинг
5	Социология и политология
5	Коммерческая деятельность
5	Экология
5	Мировая экономика и международные экономические отношения
6	Организация рекламной деятельности
6	Разработка и технология производства рекламного продукта
6	Деловой иностранный язык
6	Система электронных платежей
6	Основы электронной коммерции
6	Таможенные операции
6	Организация связей с общественностью
6	Телерадиореклама

6	Правоведение
6	Физическая культура
7	Биржевое дело
7	Организация и технология торговли
7	Поведение потребителей
7	Маркетинговые исследования
7	Системный анализ
7	Мультимедийные технологии в торговой деятельности
7	Создание и эксплуатация электронных магазинов
7	Массовые коммуникации и медиапланирование
7	Товароведение и экспертиза товаров
7	Информационные технологии
7	Электронная реклама
8	Идентификация и фальсификация потребительских свойств товаров
8	Страхование коммерческой деятельности
8	Технология производства пропаганды конкурентных свойств товара
8	Качество и конкурентоспособность продукции
8	Торгово-экономические отношения России в современных условиях
8	Информация в ИНТЕРНЕТ
8	Транспортное обеспечение торговой деятельности
8	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
9	Организация, технология и проектирование предприятий
9	Управление цепями поставок
9	Международный маркетинг
9	Рекламный маркетинг
9	Контракты международной торговли
9	Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия
9	Основы брендинга
9	Организация коммерции по сферам применения
10	Логистика
10	Правовое регулирование профессиональной деятельности
10	Налоги и налогообложение
10	Товарный консалтинг
10	Основы информационной безопасности
10	Финансово-экономическая экспертиза коммерческой деятельности предприятия
ПК-5 «способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами»	
4	Менеджмент
6	Организация связей с общественностью

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	
$85 \leq K \leq 100$	«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.
$70 \leq K \leq 84$	«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.
$55 \leq K \leq 69$	«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.
$K \leq 54$	«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 для зачета
-------	------------------------------

1.	Место организации связей с общественностью в системе маркетинга
1.	Основные направления использования инструментария паблик рилейшнз
2.	Имидж и его функции
3.	Фирменный стиль: база формирования и основные элементы
4.	Классификация фирменных знаков
5.	Основные критерии оценки фирменных знаков
6.	Слоган: основные требования и наиболее распространенные подходы к созданию
7.	Основные принципы и правила общения
8.	Информационные стратегии. Классификация, критерии выбора
9.	Основные каналы распространения информации об организации, используемые в паблик рилейшнз и рекламе, их сравнительные характеристики
10.	Принципы работы со средствами массовой информации.
11.	Основные формы работы со средствами массовой информации
12.	Требования к содержанию и структуре пресс-релиза
13.	Подготовка и проведение пресс-конференции и презентации
14.	Интервью: подготовка, проведение, подготовка к публикации
15.	Полиграфические материалы в организации связей с общественностью. Их классификация, требования к основным видам.
16.	Общие требования к тексту полиграфических материалов по содержанию и оформлению
17.	Общие требования к иллюстрациям в полиграфических материалах
18.	Использование видеоинформации в паблик рилейшнз
19.	Прямая почтовая рассылка, ее преимущества и недостатки
20.	Способы повышения эффективности прямой почтовой рассылки
21.	Использование интернет и социальных сетей в организации связей с общественностью
22.	Реклама: определение, принципиальные требования
23.	Основные виды рекламы и их особенности.
24.	Критерии выбора вида рекламы
25.	Реклама в печати
26.	Радиореклама
27.	Телевизионная реклама
28.	Наружная реклама
29.	Основные принципы построения текстовых рекламных материалов.
30.	Требования к графическому оформлению рекламных материалов
31.	Базовые положения планирования и организации ПР и рекламных кампаний
32.	Выставка, ярмарка: определение, общее и отличное.
33.	Принципы выбора и основные этапы подготовки и проведения выставки.
34.	Основные затраты организации при участии в выставке
35.	Социальная корпоративная ответственность и отчетность
36.	Формирование отношений внутри коллектива
37.	Базовые положения планирования и проведения кампаний по формированию общественного мнения

38. 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

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

Таблица 19 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов
	Не предусмотрено

40. 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
	Учебным планом не предусмотрено

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 модульно-рейтинговой 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, приходить 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 3,4 разделов;
- Текущий контроль в виде контрольного опроса;
- Чтение лекций 5 раздела;
- Текущий контроль в виде контрольного опроса;
- Чтение лекций 6,7 разделов;
- Текущий контроль в виде контрольного опроса;

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.

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.

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.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;

Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации

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



- экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их

для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

– 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 82
 Рудакова Л.В. 19.05.2020	Актуализация перечня литературы	20 мая 2020 протокол № 11	 Будагов А.С.