

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 2020 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 2020 г.

Программу составил(а)

Ст. преподаватель

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

М.А.Шкиртиль

инициалы, фамилия

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

«19» мая 2020 г, протокол № 9

Заведующий кафедрой № 82

проф.,д.э.н.,проф.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

19.05.20

А.С. Будагов

инициалы, фамилия

Ответственный за ОП 38.03.02(03)

доц.,к.э.н.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

19.05.20

С.В. Дмитриева

инициалы, фамилия

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

доц.,к.э.н.,доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

19.05.20

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.	

	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	
	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.	

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
100балльная 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