

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

Кафедра №62

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель направления

д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

В.Б. Сироткин

(подпись)

«22» мая 2020 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Организация связей с общественностью»

(Название дисциплины)

Код направления	38.03.02
Наименование направления/ специальности	Менеджмент
Наименование направленности	Финансовый менеджмент
Форма обучения	заочная

Санкт-Петербург 2020г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил(а)

старший преподаватель

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

27.04.2020

М.Б. Капелюш

инициалы, фамилия

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«27» апреля 2020 г, протокол № 9

Заведующий кафедрой № 62

Д.Э.Н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

27.04.2020

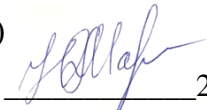
К.В. Лосев

инициалы, фамилия

Ответственный за ОП 38.03.02(02)

доц., к.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

27.04.2020

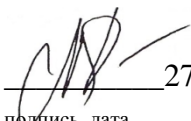
Ю.А. Мартынова

инициалы, фамилия

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

доц., к.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

27.04.2020

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 «Финансовый менеджмент». Дисциплина реализуется кафедрой №62.

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».

профессиональных компетенций:

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 со знанием основных организаций общественных связей, с использованием форм и методов системы связей с общественностью для успешной реализации крупных бизнес проектов за счет учета общественного мнения, умения на него воздействовать и устанавливать активные коммуникации не только с целевыми аудиториями основных покупателей, но и с различными представителями деловых кругов.

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

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

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

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Целью преподавания учебной дисциплины «Организация связей с общественностью» является подготовка бакалавров, владеющими теоретическими и практическими навыками в области современных коммуникативно-ориентированных наук.

Основная ориентация курса направлена на ознакомление студентов с историей, теорией и практикой связей с общественностью и основных этапах возникновения; изучение базовых направлений и технологий реализации связей с общественностью как функции государственного и делового управления.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

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

знать – правила работы в коллективе;

уметь - кратко сформулировать основные положения по теме; умением работать в группе; работать в коллективе толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

владеть навыками - решения межкультурных ситуаций, критических случаев межличностных конфликтов в процессе общения с представителями других культур и др.;

иметь опыт деятельности – работы в компании, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ОК-6 «способность к самоорганизации и самообразованию»:

знать – основные понятия связей с общественностью;

уметь - самостоятельно освоить дополнительную литературу по теме, подготовиться к практическим занятиям;

владеть навыками - публичной речи, аргументации, ведения дискуссии, формулирования обоснованных выводов на основе анализа источников по теме;

иметь опыт деятельности – в самоорганизации и самообразовании по вопросам связей с общественностью в компании.

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 - закономерности функционирования современной экономики и организацию связей с общественностью на макроуровне; теоретические основы разработки экономической политики государства с учетом связей с общественностью;

уметь - оценивать влияние инструментов государственной экономической политики на формирование макроэкономической среды функционирования хозяйствующих субъектов; анализировать рыночные риски;

владеть навыками - теоретическими основами формирования конкурентной среды отрасли; способностью прогнозировать поведение потребителей в различных фазах экономического цикла.

иметь опыт деятельности – создания pr-кампаний для формирования макроэкономической среды организации.

2. Методисциплины в структуре ОП

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

- Социология и политология
- Экономика. Микроэкономика
- Учебная практика
- Экономика организации
- Основы менеджмента
- Психология и педагогика
- Деловая этика

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

- Теория организации
- Организационное поведение
- Производственная практика
- Маркетинг
- Деловые коммуникации
- Управление человеческими ресурсами
- Бизнес-планирование
- Управление проектами
- Корпоративная социальная ответственность
- Государственное и муниципальное управление
- Управление вознаграждением персонала
- Конфликтология
- Риск-менеджмент

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., <i>В том числе</i>	8	8
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 промежуточного контроля: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	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. Научно-теоретические, предпосылки развития PR. Основные кодексы профессионального поведения в PR.	1	1	0	0	10
Раздел 2. Имидж как специфическая PR-проблема. Общественное мнение и PR. Взаимоотношения со СМИ.	1	1	0	0	14
Раздел 3. Массовые коммуникации: история, теория, практика, социальные и психологические аспекты.	0	0	0	0	15
Раздел 4 Организация и технология проведения PR-кампаний.	1	1	0	0	15
Раздел 5. PR и управление кризисными ситуациями	1	1	0	0	10
Итого в семестре:	4	4	0	0	64
Итого:	4	4	0	0	64

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	Происхождение и смысл понятия PR. Специфика содержания и функций PR. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития PR как профессии и отрасли бизнеса; роль PR в современном гражданском обществе и рыночной экономике; основные профессиональные термины и понятия; принципы, классификация услуг, функции специалиста по PR, профессиональные требования к специалисту, стандарты, сертификация и лицензирование. PR как функция социального управления. Место и функции PR в системе управленческих дисциплин (теория управления, теория организаций, менеджмент, маркетинг, реклама и др.). Наиболее значимые нормативные акты: Кодекс профессионального поведения IPRA. Кодекс профессионального поведения IPR. Европейский

	<p>кодекс профессионального поведения в публичной сфере (Лиссабонский кодекс 1978, 1989). Международный кодекс рекламной деятельности. Международный кодекс европейского общества по опросам общественного мнения и маркетинговым исследованиям и Международной торговой палаты ICC / ESOMAR. Законодательное регулирование PR в России. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Кодекс российской ассоциации маркетинга. Хартия бизнеса России. Хартия принципов сотрудничества и конкуренции на российском рынке услуг по связям с общественностью. Основные законы: О защите прав потребителей. О рекламе. О средствах массовой информации. Об авторском праве и смежных правах. Об информации, информатизации и защите информации.</p>
2	<p>Сферы применения имиджа и особенности его воплощения. Субъект и объект имиджа. Основные формы имиджа: индивидуальный имидж (естественные, телесные свойства человека, внешность, специально наработанные, развитые способности, качества, система внешних атрибутов, аксессуаров, знаков-символов, характеристики человека, реализующие запросы конкретного времени, культуры, ментальности), имидж государственной власти, политика, бизнесмена.</p> <p>Общественное мнение: функции и уровни его исследования: опрос, анкетирование, табулирование, интерпретация. Общественное мнение как фактор социального управления и как объект манипулирования. Прикладные исследования общественного мнения (кабинетные, узконаправленные и непрерывные исследования). Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, виды и категории целевых аудиторий, внешняя и внутренняя аудитория, журналисты как ключевая аудитория. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью; медиа-планирование; медиа-карта, ее продуктивное использование. Виды данных и показатели, используемые в медиа-планировании. Основные формы подачи информационных материалов: пресс-атташе, пресс-центр, радио, телевидение, электронные средства массовой информации, выставки, ярмарки, слайды, кино-и фотоматериалы, печатные материалы, конференции, интервью, брифинги, презентации, круглые столы.</p>
3	<p>Исторические ступени возникновения коммуникации в обществе: особенности межличностной, специализированной и массовой коммуникации. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Представление о коммуникации как о процессе и структуре; коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Массовая информация и ее роль в современном мире. Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение; информационные агентства, агентства в сфере общественных связей, корреспондентская сеть, Интернет, редакционные базы данных. СМИ как предприятие; рынок современной прессы; позиционирование издания; распространение издания; ценообразование, себестоимость; оценка спроса, стимулирование сбыта; рынок типографских услуг; стандарты качества информации; финансовая политика; кредитование; государственные дотации средствам массовой информации. СМИ и общественное мнение; взаимодействие</p>

	межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения; опросы общественного мнения в прессе как текст; профессиональные требования к публикации опросов.
4	Понятие информационного поля. Порядок организации и распределения основных информационных потоков. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории. Стратегия кампании, ее представление заказчику. Творческий аспект стратегии. Разработка содержательной и эстетической части текста. Коммуникативные приемы и современные информационные технологии. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов. Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании.
5	Природа социального конфликта. Типология кризисов и конфликтов. Жизненные циклы кризиса. Источники и причины его возникновения. Структурные элементы конфликта. Процесс и динамика конфликта. Человеческий фактор в конфликте. Эмоциональные, психологические, социальные аспекты конфликта. Типы конфликтных личностей. Типичное поведение в конфликтной ситуации. Характеристика основных стилей: конфронтация, избегание, приспособление, компромисс, сотрудничество. Управление и коммуникация в кризисных ситуациях (комплексные действия и локальные методы). Коммуникации как источник конфликта. Коммуникации как процесс с обратной связью. Механизм искажения информации. Основные функции коммуникаций. Некоторые особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса. Правила поведения в кризисной ситуации: подготовка к возможному кризису, выбор средств их предотвращения, определение конкретной стратегии и тактики на случай кризиса, формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с общественностью, проверка исполнения всех принятых решений. PR как средство кризисного регулирования, как средство предотвращения конфликта или минимизации его последствий.

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	Место и функции PR в компании.	Групповая дискуссия	0,5	1
2	Основная документация пиар отдела в компании.	Групповая дискуссия	0,5	1
4	Создание положительного имиджа предприятия	Групповая дискуссия	1	2
5	Основные формы подачи информационных материалов: пресс-атташе, пресс-центр, радио, телевидение, электронные средства	Групповая дискуссия	1	5

	массовой информации, выставки, ярмарки, слайды, фотоматериалы, печатные материалы, конференции, интервью, брифинги, презентации, круглые столы.			
6	Разработка рг-программы гостиницы.	Групповая дискуссия	1	4
Всего:			34	

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 обучающихся

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	64	64
изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	44	44
контрольные работы заочников (КРЗ)	20	20

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

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся 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 экземпляров)
------	--------------------------------------	------------------------------------------------------------------------

	Связи с общественностью : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726	
	Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства / Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523516	
[659 Р 83]	Рудакова, Лидия Владимировна. Основы рекламы и связей с общественностью [Текст] : учебное пособие / Л. В. Рудакова, А. П. Ястребов ; С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения. - СПб. : Изд-во ГУАП, 2012.	49
	Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рейтинга: Учебное пособие/Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493364	

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 экземпляров)
	Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Дашков и К, 2012. - 488 с http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=329134	
	История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406724	
	Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=634963	
659Л 79	Лосев, Константин Викторович (доц.). Теоретические и прикладные аспекты связей с общественностью [Текст] : учебное пособие / К. В. Лосев ; С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения. - СПб. : Изд-во ГУАП, 2015. - 84 с.	49

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://pr-news.spb.ru/	Информационно-аналитическая газета PR-News
http://www.raso.ru/	Российская ассоциация по связям с общественностью
http://www.rwr.ru/	Все о рекламе в России
http://grebennikon.ru/	Маркетинг и маркетинговые исследования в России

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
2	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 издательства 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	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории 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 аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.	
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.

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	Экология
5	Теория организации
5	Информационные системы в менеджменте
5	Финансовый учет
5	Основы менеджмента
5	Институциональная экономика
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	Организационное поведение
7	Финансовые рынки и институты
7	Методы принятия управленческих решений
7	Деловые коммуникации
7	Маркетинг

7	Моделирование бизнес-процессов
7	Государственное и муниципальное управление
8	Финансовый менеджмент
8	Управление проектами
8	Бизнес-планирование
8	Управленческий учет
8	Управление человеческими ресурсами
8	Управление качеством
8	Финансовые рынки и институты
9	Управление развитием персонала
9	Финансовый менеджмент
9	Управление изменениями
9	Антикризисное управление
9	Управление вознаграждением персонала
9	Оценка инвестиций
9	Управление операциями
9	Стратегический менеджмент
10	Риск-менеджмент
10	Корпоративная социальная ответственность
10	Стратегический менеджмент
10	Конфликтология
10	Управленческое консультирование
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-	4-балльная	

балльная шкала	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 (задач) для зачета / дифференцированного зачета
1	Происхождение и смысл понятия PR.
2	Специфика содержания и функций PR.
3	PR как функция социального управления.
4	Место и функции PR в системе управленческих дисциплин (теория управления, теория организаций, менеджмент, маркетинг, реклама и др.).

5	Этические и жизненные ценности и их роль в PR.
6	Теория свободы прессы и ее социальной ответственности.
7	Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.
8	Законодательное регулирования PR в России.
9	Основные законы: О защите прав потребителей. О рекламе. О средствах массовой информации. Об авторском праве и смежных правах. Об информации, информатизации и защите информации.
10	Исторические ступени возникновения коммуникации в обществе.
11	Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.
12	Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
13	Массовая информация и ее роль в современном мире.
14	Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение; информационные агентства, агентства в сфере общественных связей, корреспондентская сеть, Интернет.
15	Сферы применения имиджа и особенности его воплощения.
16	Субъект и объект имиджа. Основные формы имиджа: индивидуальный имиджа.
17	Общественное мнение: функции и уровни его исследования: опрос, анкетирование, табулирование, интерпретация.
18	Общественное мнение как фактор социального управления и как объект манипулирования.
19	Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, виды и категории целевых аудиторий, внешняя и внутренняя аудитория, журналисты как ключевая аудитория.
20	Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью; медиа-планирование; медиа-карта, ее продуктивное использование.
21	Основные формы подачи информационных материалов.
22	Понятие информационного поля.
23	Порядок организации и распределения основных информационных потоков.
24	Коммуникативные приемы и современные информационные технологии.
25	Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании. PR для политика.
26	Природа социального конфликта.
27	Типология кризисов и конфликтов.
28	Жизненные циклы кризиса.
29	Человеческий фактор в конфликте. Эмоциональные, психологические, социальные аспекты конфликта. Типы конфликтных личностей.
30	Типичное поведение в конфликтной ситуации.
31	Характеристика основных стилей: конфронтация, избегание, приспособление, компромисс, сотрудничество.
32	Управление и коммуникация в кризисных ситуациях (комплексные действия и локальные методы).
33	Коммуникации как источник конфликта. Коммуникации как процесс с обратной связью.
34	Правила поведения в кризисной ситуации.
35	PR как средство кризисного регулирования, как средство предотвращения конфликта или минимизации его последствий.

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	Каждый студент готовит сообщение на тему места и функций PR в системе предприятия. На практическом занятии вместе с преподавателем происходит анализ выступлений студентов.
2	Разработать основные документы отдела связей с общественностью на примере предприятия: положение отдела, должностные инструкции.
3	Деловая игра "Связи с общественностью в бизнесе". Цель деловой игры - подготовить студентов к практической работе в области связей с общественностью. В ходе игры студенты должны получить знания и навыки необходимые при проведении PR-кампании. В ходе деловой игры студентам необходимо самостоятельно выработать цели и задачи деловой игры. Сформировать соревнующиеся между собой PR-агентства. Распределить роли в PR-агентствах, функции и обязанности участников деловой игры. Осуществить выбор каждым PR-агентством условной (или реально существующей) фирмы (PR-объекта) и PR-события. Проанализировать работу коллег-соперников, провести выступление независимых экспертов. Подготовить презентацию PR-агентства, которое будет отвечать за связи с общественностью по выбранному объекту и публично защитить свою PR-кампанию.
4	Кейс "Пиар-отдел в компании". На основании анализа корпоративного сайта (на выбор студента) предложить свою модель развития Пиар-деятельности в данной организации. Обосновать или отвергнуть необходимость создания внутреннего Пиар-отдела, представить основные направления Пиар-деятельности организации. Разработать план Пиар-мероприятий.
5	Кейс "Общественное мнение в России". На основании предложенного преподавателем материала (фактические данные опросов населения) провести анализ состояния общественного мнения в современной России.
6	Кейс "Модели новостного производства" На основе представленных видеоматериалов (блоки телевизионной новостной информации) провести анализ правильно определив принадлежность информации к одной из двух моделей новостного производства (смысловой, либо повествовательной).
7	Разработать pr-кампанию выбранного предприятия.

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 программам высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Целью дисциплины является «Организация связей с общественностью» состоит в обучении студентов теоретическим основам современных публичных отношений, навыкам самостоятельной творческой аналитической и прогностической работы в этой сфере, а также в усвоении ими необходимых сведений по организации практической деятельности по связям с общественностью.

Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала — логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции.

Лекционный курс дисциплины «Организация связей с общественностью» состоит из изучения научно-теоретических предпосылок формирования и развития связей с общественностью, изучения основных этических, юридических норм и кодексов профессионального поведения в PR. Анализ формирования общественного мнения и благоприятного имиджа позволят грамотно организовать предприятие.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение точного понимания основных категорий курса и проблематики организации связей с общественностью;
- формирование современного и целостного представления об организации связей с общественностью;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, самостоятельного творческого мышления;
- овладение культурой мышления и навыками грамотного конспектирования, способностью выделять главные идеи, определения и положения, определяющие содержание лекции, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках.

Лекционный материал по организации связей с общественностью сопровождается мультимедийными презентациями.

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

Во время первой аттестации (середина семестра) и второй аттестации (конец семестра) преподавателем проводится проверка конспектов лекций в целях контроля понимания текста лекций и навыков конспектирования, а также в целях рейтинговой оценки студентов (как одной из её составляющих).

Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Семинар – один из наиболее сложных и в то же время плодотворных видов (форм) вузовского обучения и воспитания. В условиях высшей школы семинар – один из видов практических занятий, проводимых под руководством преподавателя, ведущего научные исследования по тематике семинара и являющегося знатоком данной проблемы или отрасли научного знания. Семинар предназначается для углубленного изучения дисциплины и овладения методологией применительно к особенностям изучаемой отрасли науки. При изучении дисциплины семинар является не просто видом практических занятий, а, наряду с лекцией, основной формой учебного процесса.

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное,

высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме прослушанной лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающейся 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

Практические занятия выполняются в нескольких форматах, а именно проведение групповой дискуссии, семинара, кейса и деловой игры.

Деловая игра позволяет симитировать рабочий процесс, провести его моделирование. Студенты получают задание от преподавателя и должны постараться создать упрощенное воспроизведение реальной производственной ситуации в области маркетинга на определенную тематику. Перед студентами деловой игры ставятся задачи, например, выполнение индивидуального плана продаж, вывод нового продукта на рынок, открытие магазинов в регионах и другие.

Применение деловых игр позволяет отработать профессиональные навыки студентов и дает возможность оценить:

- уровень владения этими навыками;
- особенности мыслительных процессов (стратегическое, тактическое, аналитическое мышление, умение прогнозировать ситуацию, умение принимать решения и пр.);
- уровень коммуникативных навыков;
- личностные качества участников.

Групповая дискуссия позволяет создать совместное обсуждение какого-либо спорного вопроса на заданную тематику, позволяющее прояснить (возможно, изменить) мнения, позиции и установки участников группы в процессе непосредственного общения.

Проведение семинара заключается в том, что студенты заранее получают тематику предстоящего занятия и готовятся к нему самостоятельно, а на самом практическом занятии вместе с преподавателем обсуждают данную тему. Каждый студент учится грамотно излагать свои мысли, бороться с психологическим барьером публичных выступлений.

Применение кейсов означает применение деловой игры в миниатюре, поскольку это сочетает в себе профессиональную деятельность с игровой. Сущность проведения данного практического занятия в таком формате состоит в том, что учебный материал подается обучаемым в виде микро-проблем, а знания приобретаются в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по разработке решений.

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.

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).

Контрольная работа для заочников – это вид самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа – это форма организации вне учебной деятельности, на которой происходит как формирование, так и отработка конкретных практических навыков студентов, закрепление и развитие профессиональных компетенций в сфере социально-культурной деятельности.

Контрольная работа заключается в подготовке задания по дисциплине «Организация связей с общественностью».

Разработать фирменный стиль компании, то есть обеспечить ее всеми необходимыми элементами визуальной идентификации для успешной реализации проекта.

Оформить данный проект в виде презентации PowerPoint. Объем презентации не более 25 слайдов.

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 программам 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