Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет управления и психологии

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
_____ Хагуров Т.А.
подпись
«_31_» ___мая___ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.10.01 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

_____
(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 38.03.03 – Управление персоналом
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация «Общий профиль»
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки прикладная
(академическая /прикладная)

Форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2019

Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом

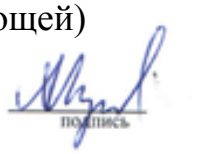
Программу составил(и):
Сазантович А.Б., канд. полит. наук


подпись

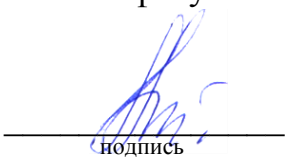
Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью» утверждена на заседании кафедры государственной политики и государственного управления (разработчика)
протокол № 10 «16» апреля 2019 г.
Заведующий кафедрой И.В. Мирошниченко


подпись

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры управления персоналом и организационной психологии (выпускающей)
протокол № 8 «20» марта 2019 г.
Заведующий кафедрой А.А. Лузаков


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии
протокол № 7 «22» апреля 2019 г.
Председатель УМК факультета Е.Ю. Шлюбуль


подпись

Рецензенты:

Виноградова К.В., кандидат исторических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью КубГУ

Гриценко Н.П., Первый заместитель председателя Законодательного Собрания Краснодарского края – председатель комитета по вопросам информационной политики

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель освоения настоящей дисциплины – на основе теоретических знаний в области стратегий, инструментов и методов связей с общественностью, моделей коммуникации, а также форм и моделей взаимодействия организаций с органами государственного и муниципального управления, основ корпоративной культуры и корпоративного пространства, а также моделей внутрикорпоративной коммуникации сформировать у студентов умение использовать инструментарий связей с общественностью и навыки анализа и планирования коммуникаций для построения гармоничных внутрикорпоративных коммуникаций и взаимодействия с внешними организациями.

1.2 Задачи дисциплины.

1. Сформировать **знание** стратегий, инструментов и методов воздействия связей с общественностью на общественные отношения, форм и моделей взаимодействия разных типов организаций с органами государственного и муниципального управления, контролирующими структурами, профильными ведомствами, а также основ корпоративного пространства, корпоративной культуры и корпоративных отношений, основных каналов внутрикорпоративной коммуникации и основных моделей коммуникации.
2. Развить **умение** использовать инструментарий связей с общественностью для построения гармоничных отношений разных типов организаций с органами государственного и муниципального управления, контролирующими структурами, профильными ведомствами и гармоничных отношений на внутрикорпоративном пространстве.
3. Сформировать **владение** навыками анализа и планирования информационных кампаний, ориентированных на построение гармоничных отношений разных типов организаций с органами государственного и муниципального управления, контролирующими структурами, профильными ведомствами, а также внутрикорпоративных коммуникаций для построения гармоничных отношений на внутрикорпоративном пространстве на основе информационного обеспечения внутренних коммуникационных процессов.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Связи с общественностью» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б1.В.ДВ.10.01) учебного плана по направлению 38.03.03 «Управление персоналом». Для успешного освоения дисциплины и формирования у студента комплекса знаний, умений и навыков в области анализа и планирования коммуникаций для построения гармоничных отношений организации с внутренней и внешней средой необходимы знания и навыки, формируемые у обучающихся в процессе изучения таких дисциплин, как «Социология», «Психология», «Организационное поведение», «Организационная культура», «Технологии исследований в организации». Кроме того, успешному освоению содержания учебной программы будет способствовать также параллельное изучение такой дисциплины, как «Информационные технологии управления персоналом».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОПК-4	владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения)	основные стратегии, инструменты и методы воздействия связей с общественностью на общественные отношения, а также формы и модели взаимодействия разных типов организаций с органами государственного и муниципального управлении, контролирующими структурами, профильными ведомствами.	использовать инструментарий связей с общественностью для построения гармоничных отношений разных типов организаций с органами государственного и муниципального управления, контролирующими структурами, профильными ведомствами.	навыками анализа и планирования информационных кампаний, ориентированных на построение гармоничных отношений разных типов организаций с органами государственного и муниципального управления, контролирующими структурами, профильными ведомствами.
	ПК-28	знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владение навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	основы корпоративного пространства, корпоративной культуры и корпоративных отношений, основные каналы внутрикорпоративной коммуникации, а также основные модели коммуникации.	использовать инструментарий связей с общественностью для построения гармоничных отношений на внутрикорпоративном пространстве на основе информационного обеспечения внутренних коммуникационных процессов.	навыками анализа и планирования внутрикорпоративных коммуникаций для построения гармоничных отношений на внутрикорпоративном пространстве на основе информационного обеспечения внутренних коммуникационных процессов.

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач. ед. *(144 часа; из них – 54,3 часа контактной работы, в том числе, 48 часов аудиторной нагрузки: лекционных 24 ч., практических 24 ч, ИКР – 0,3; 54 часа самостоятельной работы, КСР – 6 часов, контроль – 35,7 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО).*

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			7	8		
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего)		**48**		48		
Занятия лекционного типа		24		24		
Лабораторные занятия		-	-			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		24		24		
		-		-	-	-
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		6		6		
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3		0,3		
Самостоятельная работа, в том числе:						
Выполнение индивидуальных заданий		8		8		
Подготовка к групповым формам работы		22		22		
Проработка теоретического материала		24		24		
Подготовка к текущему контролю						
Контроль:						
Подготовка к экзамену		35,7		35,7		
Общая трудоемкость:	**час.**	**144**		**144**		
	в т.ч., контакт. работа	**54,3**		**54,3**		
	зач. ед.	**4**		**4**		

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре *(для студентов ОФО)*

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Связи с общественностью как профессия и научная дисциплина	13	2	4		7
2.	Коммуникативные основы связей с общественностью	11	4	2		5
3.	Структура связей с общественностью	17	4	4		9
4.	Корпоративные коммуникации	17	2	4		11
5.	GR-менеджмент	9	2	2		5
6.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	9	2	2		5
7.	Взаимодействие со СМИ	15	4	4		7
8.	Интернет-коммуникации в связях с общественностью	11	4	2		5
	Итого по дисциплине:	102	**24**	**24**		**54**

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары,ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов дисциплины:
2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Связи с общественностью как профессия и научная дисциплина	Эволюция концепции PR как важнейшей подсистемы управленческой системы: манипуляция, информирование общественности, двусторонняя асимметричная коммуникация, двусторонняя симметричная коммуникация. Роль и функции PR в управлении организацией. Связи с общественностью как функция менеджмента, направленная на создание взаимовыгодных отношений «организация - общественность». Управление информацией как основное средство связей с общественностью. Исторические корни PR: 6 этапов становления профессии. PR-деятельность (субъект, объект, цель, средства, результат). Актуальные направления PR-деятельности в 3 тысячелетии. Развитие связей с общественностью в России. Портрет и деловые качества современного PR-специалиста, формирование профессиональных качеств современного «пиарщика».	Устный опрос
2.	Коммуникативные основы связей с общественностью	Понятие коммуникации. Теории коммуникации. Односторонняя и двухсторонняя коммуникация. Структура коммуникации: коммуникативные модели Г. Лассуэлла; К. Шеннона и У. Уивера; Р. Якобсона. Элементы коммуникативного акта: отправитель, канал, среда, сообщение, получатель. Двухступенчатая модель коммуникации и лидеры мнений. Основные коммуникационные стратегии PR – залповая, нокаут, ноль-стратегия, только ответ, подкормка, пульсация. Каналы распространения информации: медийные и немедийные каналы. Уровни восприятия информации.	Устный опрос
3.	Структура связей с общественностью	PR как система. RACE-подход как основа PR-деятельности. Современная 8-этапная модель PR-деятельности: анализ, целеполагание, выработка стратегии, составление программы, привлечение ресурсов, распределение ответственности, оценка результатов, отчетность. Понятие обратной связи и ее роль в обеспечении эффективности PR. Основные виды PR-ресурсов (персонал, компетентность, время, финансы, информация, консультирование). Дополнительные ресурсы: корпоративные, глобальные, уникальные. Взаимозаменяемость ресурсов. Проблемы управления персоналом в PR-деятельности.	Устный опрос
4.	Корпоративные коммуникации	Корпорация и корпоративные отношения. Корпоративное пространство. Корпоративная	Устный опрос

		деятельность. Функции PR в корпоративном пространстве. Корпоративное позиционирование. Основные элементы корпоративной культуры: миссия, видение будущего, корпоративная философия, история - легенда. Понятие имиджа и его типы (зеркальный, реальный, идеальный, индивидуальный, корпоративный, множественный). Основные характеристики имиджа: синтетичность, изоморфизм упрощенность. Базовый и актуализированный имидж. Биологические, коммуникативные, социальные, мифологические, профессиональные и контекстные характеристики имиджа. Основные задачи работы с имиджем. Проблемы индивидуализации имиджа. Основные понятия лекции: Корпорация, корпоративные отношения, корпоративное пространство, корпоративная деятельность, миссия, видение будущего, корпоративная философия, имидж.	
5.	GR-менеджмент	GR-менеджмент в системе коммуникаций организации. Проблемы определения предметного поля GR-менеджмента. Субъекты GR-менеджмента. Модели взаимодействия с внешними субъектами для разных типов организаций. Инструменты и каналы связей с органами государственной власти и местного самоуправления.	Устный опрос
6.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	Понятие и виды кризисов. Ранжирование целевых групп в условиях кризиса. Стратегии кризисного поведения: правила Тайленола и исключения из них. Особенности психологического восприятия кризисных ситуаций.	Устный опрос
7.	Взаимодействие со СМИ	Понятие и основные этапы управления информацией. Коммуникативные модели ("звезда", "круг", "шпора" и т.д.). Социокультурная модель убеждения. Коммуникационные барьеры. Формирование информационных потоков. Взаимодействие со средствами массовой информации как основа связей с общественностью. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ (телевидение, радио, сетевые издания. Общегосударственные, региональные и местные СМИ). Сегментирование информационного потока и техники интегрирования информации. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. Конструирование новостей. Основной и дополнительный "вес" новости. Основные формы подачи информационных материалов (пресс-конференция, презентация, конференция, пресс-тур, пресс-релиз, виды статей, устная информация). Медиа-карта и ее использование.	Устный опрос

8.	Интернет-коммуникации в связях с общественностью	Интернет-пространство как среда коммуникации. Многообразие форм Интернет-коммуникаций. Возможности и ограничения. Проблемы правового регулирования Интернет-коммуникаций. Роль современного онлайн-пространства в PR-коммуникациях.	Устный опрос

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Связи с общественностью как профессия и научная дисциплина	Эволюция концепции PR как важнейшей подсистемы управленческой системы: манипуляция, информирование общественности, двусторонняя асимметричная коммуникация, двусторонняя симметричная коммуникация. Роль и функции PR в управлении организацией. Связи с общественностью как функция менеджмента, направленная на создание взаимовыгодных отношений «организация - общественность». Управление информацией как основное средство связей с общественностью. Исторические корни PR: 6 этапов становления профессии. PR-деятельность (субъект, объект, цель, средства, результат). Актуальные направления PR-деятельности в 3 тысячелетии. Развитие связей с общественностью в России. Портрет и деловые качества современного PR-специалиста, формирование профессиональных качеств современного «пиарщика».	Индивидуальное творческое задание «Резюме современного PR-специалиста»
2.	Коммуникативные основы связей с общественностью	Понятие коммуникации. Теории коммуникации. Односторонняя и двухсторонняя коммуникация. Структура коммуникации: коммуникативные модели Г. Лассуэлла; К. Шеннона и У. Уивера; Р. Якобсона. Элементы коммуникативного акта: отправитель, канал, среда, сообщение, получатель. Двухступенчатая модель коммуникации и лидеры мнений. Основные коммуникационные стратегии PR – залповая, нокаут, ноль-стратегия, только ответ, подкормка, пульсация. Каналы распространения информации: медийные и немедийные каналы. Уровни восприятия информации.	Презентация в группах «Теории коммуникации».
3.	Структура связей с общественностью	Ситуационный анализ. SWOT-анализ в связях с общественностью. SO, ST, WO, WT – стратегии. Внутренние и внешние источники информации. Неформальные, или "разведочные", методы (личные контакты, фокус-группы, собрания, "горячие линии", анализ почты, сетевые источники). Формальные методы (вторичный анализ и компьютерные базы данных, контент-анализ, опросы и т.д.). Методы исследования ситуации (ранжирование	Деловая игра «Анализируй это!»; Групповое творческое задание-презентация «Переходим к

		заинтересованных групп, FUN-аудит). Цель как предполагаемое изменение. 7 типов целей в PR. SMART как органайзер целеполагания. Стратегическое планирование: сущность и основные задачи. Методы стратегического планирования: плановый и эволюционный метод. Стадии стратегического планирования. Модель программирования. Виды программ. Основные этапы программирования (определение целевой аудитории, предполагаемого результата, обоснование мотивов, формулировка послания, пространственно-временная привязка).	плану Б!»
4.	Корпоративные коммуникации	Понятие корпорации и корпоративного пространства. Корпоративные отношения. Корпоративная культура и ее основные элементы. Имидж в системе внутрикорпоративных коммуникаций. Основные субъекты внутрикорпоративных коммуникаций. Каналы внутрикорпоративных коммуникаций. Формальные и неформальные каналы. Источники информации во внутрикорпоративных коммуникациях.	Презентация «Имидж - все» Задание для групповой работы «Я – легенда!»
5.	GR-менеджмент	GR-менеджмент в системе коммуникаций организации. Проблемы определения предметного поля GR-менеджмента. Субъекты GR-менеджмента. Модели взаимодействия с внешними субъектами для разных типов организаций. Инструменты и каналы связей с органами государственной власти и местного самоуправления.	Групповая дискуссия
6.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	Понятие и виды кризисов. Ранжирование целевых групп в условиях кризиса. Стратегии кризисного поведения: правила Тайленола и исключения из них. Особенности психологического восприятия кризисных ситуаций. Алгоритм антикризисных коммуникаций.	Групповое творческое задание «Стейкхолдеры»
7.	Взаимодействие со СМИ	Понятие и основные этапы управления информацией. Коммуникативные модели ("звезда", "круг", "шпора" и т.д.). Социокультурная модель убеждения. Коммуникационные барьеры. Формирование информационных потоков. Взаимодействие со средствами массовой информации как основа связей с общественностью. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ (телевидение, радио, сетевые издания. Общегосударственные, региональные и местные СМИ). Сегментирование информационного потока и техники интегрирования информации. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. Конструирование новостей. Основной и дополнительный «вес» новости. Основные формы подачи информационных	Задание для групповой работы «Дорогая передача!»

		материалов (пресс-конференция, презентация, конференция, пресс-тур, пресс-релиз, виды статей, устная информация). Медиа-карта и ее использование.	
8.	Интернет-коммуникации в связях с общественностью	Интернет-пространство как среда коммуникации. Многообразие форм Интернет-коммуникаций. Возможности и ограничения. Проблемы правового регулирования Интернет-коммуникаций. Роль современного онлайн-пространства в PR-коммуникациях.	Индивидуальное творческое задание «WEB-круиз»

2.3.3 Лабораторные занятия.
Лабораторные занятия - не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)
Курсовые работы - не предусмотрены

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

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Связи с общественностью как профессия и научная дисциплина (резюме, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Связи с общественностью» (протокол № 10 от 10.04.18)
2.	Коммуникативные основы связей с общественностью (групповое творческое задание – презентация, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Связи с общественностью» (протокол № 10 от 10.04.18)
3.	Структура связей с общественностью (деловая игра, групповое творческое задание – презентация, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Связи с общественностью» (протокол № 10 от 10.04.18)
4.	Корпоративные коммуникации (презентация, задание для групповой работы, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Связи с общественностью» (протокол № 10 от 10.04.18)
5.	GR-менеджмент (групповая дискуссия,	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля):

	проработка теоретического материала)	«Связи с общественностью» (протокол № 10 от 10.04.18)
6.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях (групповое творческое задание, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Связи с общественностью» (протокол № 10 от 10.04.18)
7.	Взаимодействие со СМИ (задание для групповой работы, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Связи с общественностью» (протокол № 10 от 10.04.18)
8.	Интернет-коммуникации в связях с общественностью (индивидуальное творческое задание, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Связи с общественностью» (протокол № 10 от 10.04.18)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

–в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа,

3. Образовательные технологии.

В ходе преподавания дисциплины «Связи с общественностью» комплексно используются традиционные и инновационные формы обучения, включающие интерактивные формы обучения и работы с аудиторией. Структуру курса можно условно представить в виде трех логических разделов. Первый раздел, который можно охарактеризовать как организационные основы связей с общественностью, состоит из 2 тем, которые носят теоретический характер и имеют целью ознакомить студентов методологическими основами связей с общественностью, их концептуальным пониманием, философией и этикой. Второй раздел – структура связей с общественностью, представленный темами 3,4 и 5 призван познакомить учащегося с различными подходами к определению структуры связей с общественностью, начиная от выделения этапов PR-деятельности и заканчивая ее отраслевыми компонентами – GR-менеджментом, кризисными коммуникациями и т.п. Третий логический раздел дисциплины посвящен изучению инструментария связей с общественностью – анализу коммуникативных

стратегий, обзору используемых каналов коммуникации и конкретных технологий. Рассматриваются особенности взаимодействия со средствами массовой информации для различных типов организаций, возможности использовать разные коммуникативные каналы для взаимодействия с внешними организациями, органами власти, контролирующими структурами. Особое внимание уделяется навыкам подготовки информационных материалов.

При разработке курса большое внимание уделялось использованию современных интерактивных технологий – использованию мультимедийных средств презентации материала, интерактивному взаимодействию на лекционных и семинарских занятиях, индивидуальным и групповым творческим заданиям.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Занятия, проводимые с использованием интерактивных технологий

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов	
		Всего	Интер.часы
1	2	3	4
1.	Связи с общественностью как профессия и научная дисциплина	6	2
2.	Коммуникативные основы связей с общественностью	6	2
3.	Структура связей с общественностью	8	4
4.	Корпоративные коммуникации	6	2
5.	GR-менеджмент	4	2
6.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	4	2
7.	Взаимодействие со СМИ	8	4
8.	Интернет-коммуникации в связях с общественностью	6	2
	Итого по дисциплине:	48	20

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Индивидуальное творческое задание «Резюме современного PR-специалиста»

Задание

Уважаемые коллеги!

Вам предстоит охарактеризовать современного специалиста по связям с общественностью в форме резюме. Форма резюме приведена ниже, вам остается только заполнить ее. Ваша задача: всесторонне охарактеризовать современного пиарщика, составить его личностный и профессиональный портрет. Поэтому, все характеристики давайте в развернутом виде. Например, в пункте **«профессиональные качества»** укажите все необходимые, на ваш взгляд *профессиональные компетенции современного специалиста по связям с общественностью в условиях рынка труда и концепции непрерывного образования в XXI веке*. Раздел **«образование»** должен отражать актуальные *требования к уровню образования и квалификации и смежные профессии-доноры*. В разделе **«опыт работы»** раскройте возможный (сложившийся естественным путем) *профессиональный опыт современного специалиста по связям с общественностью*, а также *источники накопления социального капитала*, включите воображение и

попытайтесь дать ответ на вопрос «Как закалялась сталь?» В разделе **«другое»** помимо указанного в формуляре, не забудьте указать 2-3 известных специалистов (из истории и современности), на которых равняется в своем профессиональном росте ваш специалист.

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ОПК-4: владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения) *(З,У, пороговый уровень)*.

ПК-28: знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владение навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций *(З,У, пороговый уровень)*.

Критерии оценки

- «зачтено» - задание представлено на семинаре и сдано преподавателю;
- «не зачтено» - задание не представлено и не сдано / по содержанию не соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию.

РЕЗЮМЕ

	Ф.И.О.: ***Фамилия Имя Отчество*** Направление подготовки: ***«Управление персоналом»*** Форма обучения: ***Очная***
Претендую на должность: ***Специалист по связям с общественностью***	Почему я хочу здесь работать: 1. 2. 3. Чем я буду полезен компании: 1. 2. 3.
Образование	Основное образование (включая аспирантуру и защиты диссертаций): 1. 2. 3. 4.
	Дополнительное образование (включая переподготовку и повышение квалификации): 1. 2. 3. 4.
Опыт работы	1. 2. 3. 4. 5. 6.
Дополнительная информация	Профессиональные качества: 1. 2.

	3. 4.
	Личные качества: 1. 2. 3. 4.
	Предполагаемое развитие карьеры:
	Другое (владение иностранными языками, увлечения, дополнительные навыки, пребывание за границей и т.д.)
	Слабые стороны: 1. 2. 3.

Деловая игра «Анализируй это!»

1. Участники деловой игры в дискуссионной форме определяют ключевые роли для игровой ситуации (например: исследователь, аналитик, генератор идей, модератор).

2. Каждый участник, в соответствии с игровой ролью, докладывает о работе, проделанной до начала этапа анализа, и том, каков его вклад как носителя роли до начала этапа анализа.

3. На основе полученное информации участники деловой игры имитируют ролевое взаимодействие, анализируя заданную ими ситуацию в соответствии со своими ролевыми функциями. При этом используются различные методы (SWOT-анализ, анализ ситуации, ранжирование заинтересованных групп) и формы обсуждения (дискуссия, мозговой штурм и т.д.)

4. Руководитель группы (модератор), сообщает о результатах работы – итогах анализа ситуации.

5. Каждый участник характеризует свою роль и ее ключевые функции в рамках игровой ситуации.

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ОПК-4: владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения) *(З,У,В, продвинутый уровень)*.

ПК-28: знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владение навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций *(З,У,В, продвинутый уровень)*.

Критерии оценки

- «зачтено» - студент активно участвует в работе/обсуждении, его ответы дают представление о готовности к семинару;
- «не зачтено» - студент участвует в работе/обсуждении пассивно, либо не участвует, либо нельзя оценить его вклад в подготовку группового задания.

Презентация «Имидж – все!»

В презентации анализируется имидж организационной/территориальной структуры – организации, органа власти, города, региона или государства. Презентация имеет два логических раздела: 1) характеристика внешних появлений имиджа; 2) анализ и определение целей, инструментов, предполагаемых результатов его формирования.

Структура презентации:

1.Знакомство с носителем имиджа.

2. Определение структуры имиджа.

3. Изложение основных имиджевых характеристик.

5. Предполагаемые цели его формирования.

6. Анализ целевых групп.

7. Анализ инструментария формирования и дифференциация по целевым группам.

8. Анализ ожидаемых результатов.

9. Предполагаемые социальные эффекты.

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ОПК-4: владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения) *(З,У,В, продвинутый уровень)*.

ПК-28: знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владение навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций *(З,У, продвинутый уровень)*.

Критерии оценки

- «зачтено» - выполненная работа представлена студентом на семинаре
- «не зачтено» - работа не выполнена или не представлена.

Групповая дискуссия

Вопросы для дискуссии:

1.Обоснование необходимости взаимодействия с органами власти на современном этапе развития общества.

2. Анализ специфики будущей профессиональной деятельности студентов и GR-менеджмента в ее контексте.

3. Основные цели GR-менеджмента..

4. Основные инструменты GR-менеджмента в контексте будущей профессиональной деятельности студентов.

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ОПК-4: владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения) (З,У, *базовый уровень)*.

Критерии оценки

- «зачтено» - студент активно участвует в работе/обсуждении, его ответы дают представление о готовности к семинару;

- «не зачтено» - студент участвует в работе/обсуждении пассивно, либо не участвует, либо нельзя оценить его вклад в подготовку группового задания.

Групповое творческое задание «Стейкхолдеры»

Накануне занятия студенты получают задание разбиться на малые группы и выбрать кризисную ситуацию, соответствующую следующим требованиям: наличие широкого общественного резонанса, осязаемые социальные эффекты, длительный репутационный кризис.

Задание:

1. Проанализируйте ситуацию и определите максимальное количество заинтересованных групп, обоснуйте свой ответ.

2. Осуществите ранжирование заинтересованных групп исходя из их значимости для организации и действенности в решении проблемы (преодоление кризиса).

3. Заполните таблицу и выступите с развернутым докладам.

№	группа	значимость	действен.
1.			
2.			
3.			
4.			

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ОПК-4: владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения) *(З,У,В, базовый уровень)*.

ПК-28: знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владение навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций *(З,У,В, базовый уровень)*.

Критерии оценки

- «зачтено» - студент активно участвует в работе/обсуждении, его ответы дают представление о готовности к семинару;
- «не зачтено» - студент участвует в работе/обсуждении пассивно, либо не участвует, либо нельзя оценить его вклад в подготовку группового задания.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Для оценки итогов освоения дисциплины используется традиционная система оценивания

Вопросы для подготовки к экзамену по дисциплине «Связи с общественностью»

1. Организация в системе общественных отношений.
2. Многообразие определений связей с общественностью.
3. Развитие концептуальных представлений о связях с общественностью (пропаганда, информирование общественности, двухсторонняя асимметричная коммуникация, двухсторонняя симметричная коммуникация).
4. Основные этапы становления связей с общественностью как профессии и научной дисциплины.

5. Опыт развития связей с общественностью в России.
6. Особенности применения связей с общественностью в некоммерческом секторе.
7. Связи с общественностью в органах государственной власти.
8. Связи с общественностью в политической сфере.
9. Понятие и основные виды коммуникации.
10. Структура коммуникации в теориях Г. Лассуэлла, Р. Якобсона, К. Шеннона и У. Уивера.
11. Основные подходы к выделению структурных элементов связей с общественностью.
12. Системная модель связей с общественностью.
13. Понятие обратной связи и ее роль в эффективности связей с общественностью.
14. Основные виды используемых ресурсов и их взаимозаменяемость.
15. Профессиональные компетенции специалиста по связям с общественностью.
16. Анализ ситуации как отправная точка PR-деятельности.
17. Методы, используемые для сбора информации в связях с общественностью.
18. Формальные методы сбора информации, их преимущества и недостатки, примеры.
19. Неформальные методы сбора информации, их преимущества и недостатки, примеры.
20. Источники информации: внутренние и внешние, особенности, примеры.
21. Особенности целеполагания в связях с общественностью, виды целей.
22. Основные характеристики целей в связях с общественностью.
23. Стратегическое планирование и его виды.
24. Программирование в связях с общественностью и его основные этапы.
25. Используемы в связях с общественностью виды программ: матрица, сетевой график, обратное планирование.
26. Имидж, его понятие и структура.
27. Подходы к типологии имиджей.
28. Понятие корпорации и корпоративного пространства, корпоративные отношения.
29. Основные элементы корпоративной культуры как каналы внутренней и внешней коммуникации (миссия, корпоративная философия, видение будущего, легенда).
30. Внутрикорпоративная коммуникация и ее каналы.
31. Двухступенчатая модель коммуникации.
32. Основные модели взаимодействия организации с внешними субъектами.
33. Особенности взаимодействия с органами государственной власти и местного самоуправления.
34. GR-менеджмент и его основные функции.
35. Модели поведения в кризисных ситуациях.
36. Понятие кризиса и его виды.
37. Основные формы взаимодействия со СМИ, специфика печатных и электронных СМИ.
38. Основные формы подачи информационных материалов и новостные мероприятия.
39. Основные функции отдела по связям с общественностью.
40. Связи с общественностью в сети Internet

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ОПК-4: владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения).

ПК-28: знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владение навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций.

Критерии оценки

- **«отлично»** - студент дает развернутый ответ на все вопросы билета, демонстрирует глубокие систематизированные знания, владеет сформировавшимся категориальным аппаратом дисциплины, полностью отвечает на дополнительные вопросы. Может допустить единичные неточности в ответах на дополнительные вопросы
- **«хорошо»** - студент отвечает на все вопросы билета, демонстрирует глубокие систематизированные знания и владение категориальным аппаратом. При этом может допускать отдельные неточности в ответах, либо упускать отдельные элементы ответов на вопросы. На дополнительные вопросы дает полные ответы, допуская отдельные неточности или упуская отдельные элементы ответа, либо не ответить на 1-2 вопроса.
- **«удовлетворительно»** - студент дает ответ на все вопросы билета. При этом систематически допускает неточности, упускает элементы ответа на вопрос. Владение категориальным аппаратом носит незавершенный характер. На большинство дополнительных вопросов не отвечает, либо дает путаные ответы.
- **«неудовлетворительно»** - студент не готов, не отвечает хотя бы на один вопрос билета. Либо на вопросы билета отвечает неправильно, либо в ответах содержится большое количество ошибок, не дает или дает неправильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингентаобучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - https://e.lanbook.com/book/97267

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 231 с. - (Серия : Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-02871-3. - Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/463D79D1-24A2-40AE-8D02-BC0595D90A1D

2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 109 с. - (Серия : Университеты России). - ISBN 978-5-534-05740-9. - Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8

3. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / Р. Ю. Почекаев. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 223 с. - (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). - ISBN 978-5-534-04832-2. - Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B

4. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями : учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России ; под ред. Л.С. Сальникова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 445 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9406-0 ; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378

5. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.] ; под ред. М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 366 с. - (Серия : Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-04540-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/1D8B6D05-1892-46AE-BEAA-EA5E4227DC94

6. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 350 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04972-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86E23D80-C0C6-4597-9A2F-46E7530CDA58

7. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 552 с. - (Серия : Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3181-5. - Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF

5.3. Периодические издания:

1. Человек. Сообщество. Управление. URL: http://chsu.kubsu.ru

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1.Электронная база данных периодических изданий http://dlib.eastview.com

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Студент может в достаточном объеме усвоить и успешно реализовать конкретные знания, умения, навыки и компетенции в своей практической деятельности при выполнении следующих условий:

1. Систематическая работа на учебных занятиях под руководством преподавателя и самостоятельная работа по закреплению полученных знаний и навыков.
2. Выяснение и уточнение отдельных предпосылок, умозаключений и выводов, содержащихся в учебном курсе; взаимосвязей отдельных его разделов, используемых методов, характера их использования в практической деятельности.
3. Сопоставление точек зрения различных авторов по затрагиваемым в учебном курсе проблемам.

Контроль самостоятельной работы. Описание заданий для самостоятельной работы студентов и требований по их выполнению выдаются преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по дисциплине.

Самостоятельная работа студентов по данному учебному курсу предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках соответствующих заданий.

Первый этап самостоятельной работы студентов включает в себя тщательное изучение теоретического материала на основе лекционных материалов преподавателя, рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, материалов периодических научных изданий, необходимых для овладения понятийно-категориальным аппаратом и формирования представлений о комплексе аналитического инструментария, используемого как в рамках данной отрасли знания, так и публичной практике.

На втором этапе на основе сформированных знаний и представлений по данному разделу студенты выполняют практические задания, нацеленные на формирование умений и навыков в рамках заявленной компетенции. На данном этапе студенты **самостоятельная работа студентов** представляет собой поиск эмпирических материалов в рамках конкретного задания, обобщение и анализ собранного материала по схеме, рекомендованной преподавателем, формулирование выводов, подготовку практических рекомендаций, презентационных материалов для публичного их представления и обсуждения. В качестве практических заданий в рамках самостоятельной работы студентам предлагается как подготовка индивидуальных творческих заданий, которые становятся итогом самостоятельного освоения материала в рамках разделов дисциплины, так и подготовка к групповым дискуссиям и деловым играм на семинарах.

Организация самостоятельной работы студентов по данному учебному курсу в конечном итоге предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках следующих заданий:

1. Индивидуальное творческое задание «Резюме современного PR-специалиста».
2. Презентация в группах «Теории коммуникации».
3. Деловая игра «Анализируй это!»;
4. Групповое творческое задание-презентация «Переходим к плану Б!»
5. Презентация «Имидж - все»
6. Задание для групповой работы «Я – легенда!»
7. Групповая дискуссия
8. Групповое творческое задание «Стейкходеры»
9. Задание для групповой работы «Дорогая передача!»
10. Индивидуальное творческое задание «WEB-круиз»

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностямиздоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующиминдивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта междупреподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностямиздоровья.

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

8.1 Перечень информационных технологий.

Использование мультимедийных презентаций преподавателем в лекционном формате и при подготовке заданий для практических занятий студентами, общение с преподавателем по электронной почте.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для подготовки и демонстрации презентационных материалов используется пакет программ Microsoft Office выходом в Интернет.

8.3 Перечень информационных справочных систем:

Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru)/

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
2.	Семинарские занятия	Специальное помещение, оснащенное презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Кабинет, оснащенный мебелью и рабочими станциями с доступом в Интернет
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория, оснащенная презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.