

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет
им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)**

ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА, ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной
программы _____ Т.А. Налчаджи

Директор ИМТиИГ
_____ Р.М.Лигидов

«___» _____ 20 г.

«___» _____ 20 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«Коммуникации и управление общественными отношениями»

Направление подготовки
38.04.04 – Государственное и муниципальное управление
(код и наименование направления подготовки)

Направленность (программа) подготовки:
«Система государственного и муниципального управления»

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Нальчик 2024

Рабочая программа дисциплины «Коммуникации и управление общественными отношениями» /сост. Карданова И.А. – Нальчик: КБГУ, 2024. - 28 с.

Рабочая программа дисциплины (модуля) предназначена для студентов очной, очно-заочной, заочной форм обучения по направлению подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление», направленность (профиль) «Система государственного и муниципального управления».

Рабочая программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 26.11. 2014 г. № 1518.

Содержание

1.	Цели и задачи освоения дисциплины	4
2.	Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО	4
3.	Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	4
4.	Содержание и структура дисциплины (модуля)	5
5.	Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	8
6.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	20
7.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)	22
8.	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	26
	Приложения	28

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Курс «Коммуникации и управление общественными отношениями» является одной из основных учебных дисциплин для подготовки магистрантов направления 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление» очной, очно-заочной, заочной форм обучения.

Цель дисциплины: изучив данный курс, студенты должны понимать сущность коммуникаций и управление общественными отношениями, сформировать у обучающихся знания о предмете, структуре и основных функциях общественных отношений, а также обучить их методологии и основным технологическим приемам управления общественными отношениями, осуществлять управление общественными отношениями в современном обществе.

Задачи дисциплины:

- формирование представления о коммуникации и ее роли в системе государственного и муниципального управления
- формирование представления об общественных отношениях и их роли в системе государственного и муниципального управления;
- формирование системы знаний об управлении общественными отношениями;
- формирование практических умений и навыков по работе с различными группами общестственности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Учебная дисциплина входит в вариативную часть учебного плана подготовки магистров по направлению 38.04.04 – Государственное и муниципальное управление, программа – Система государственного и муниципального управления.

Изучение дисциплины «Коммуникации и управление общественными отношениями» способствует более глубокому усвоению курсов: «Управление проектами в организациях общественного сектора», «Проектный менеджмент в системе государственного и муниципального управления», «Управленческие решения».

3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Система государственного и муниципального управления» дисциплина «Коммуникации и управление общественными отношениями» направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов достижения компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по дан-ному направлению подготовки:

- Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия **(УК-4);**
- Способен применять современные коммуникативные технологии в профессиональной деятельности **(УК-4.1);**
- Способен осуществлять деловую коммуникацию в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия **(УК-4.2);**
- Способен анализировать и разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия **(УК-5);**
- Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия **(УК-5.1);**
- Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия **(УК-5.2);**
- Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации **(ОПК-8);**

-Представляет способы организации внутренних и межведомственных коммуникации и демонстрирует способность их применения на практике **(ОПК-8.1)**;

- Понимает необходимость и особенности взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации и демонстрирует способность организации данного взаимодействия **(ОПК-8.2)**.

По результатам изучения дисциплины «Коммуникации и управление общественными отношениями» специалист должен **знать**:

- структуру и закономерности функционирования общественных отношений;
- историю, правовые и этические аспекты общественных отношений;
- основные организационные формы в сфере общественных отношений;
- этапы процесса по управлению общественными отношениями;
- средства, методы и технологии общественных отношений.

По результатам изучения дисциплины «Коммуникации и управление общественными отношениями» специалист должен **уметь**:

- проводить сегментацию групп общественности и определять целевые группы;
- применять приемы формирования общественного мнения;
- планировать рабочие мероприятия в сфере общественных отношений;
- проводить исследования в сфере общественных отношений;
- разрабатывать кампании в сфере общественных отношений и оценивать их

эффективность.

По результатам изучения дисциплины «Коммуникации и управление общественными отношениями» специалист должен **владеть**:

- навыками определения и управления общественностью и общественным мнением;
- средствами, методами и технологиями формирования общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественными отношениями.

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 1. Содержание дисциплины (модуля) «Коммуникации и управление общественными отношениями»

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Общественные отношения: история формирования профессии и сферы деятельности.	Предпосылки появления ПР как коммуникативной технологии. Опыт США. Общественные отношения в Европе. История российских ПР	УК-4 (УК-4.1); (УК-4.2) УК-5 (УК-5.1); (УК-5.2) ОПК-8 (ОПК-8.1); (ОПК-8.2).	ДЗ, К, Т
2.	Понятие общественных отношений. Возможность управления общественными отношениями	Общественные отношения и отношения с общественностью. Толпа-масса- общественность. Принципы выделения и описания целевых аудиторий. Общественное мнение как структурный элемент ПР. Способы управления общественным	УК-4 (УК-4.1); (УК-4.2) УК-5 (УК-5.1); (УК-5.2) ОПК-8 (ОПК-8.1); (ОПК-8.2).	ДЗ, К, Т

		мнением. Определения PR Объект, субъект, цели, задачи PR. Принципы и функции паблик рилейшнз		
3.	Паблик рилейшнз и близкая к ним деятельность	Пресс-посредничество. Продвижение (промоушн). Общественные дела. Паблисити. Реклама. Маркетинг. Торговля. PR и брэнддинг.	УК-4 (УК-4.1); (УК-4.2) УК-5 (УК-5.1); (УК-5.2) ОПК-8 (ОПК-8.1); (ОПК-8.2).	ДЗ, К, Т
4.	Правовые и этические основы отношений с общественностью	Зарубежный опыт правового регулирования PR. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития. Российское законодательство и управление общественными связями. Проблемы аккредитации СМИ. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов по PR. Российский Кодекс этических принципов связей с общественностью. Требования к личным качествам специалистов по паблик рилейшнз.	УК-4 (УК-4.1); (УК-4.2) УК-5 (УК-5.1); (УК-5.2) ОПК-8 (ОПК-8.1); (ОПК-8.2).	ДЗ, К, Т
5.	Развитие отношений с общественностью в органах власти	PR и органы власти. Отличия в PR - структурах государственного и бизнес управления. Структура правительственных PR-служб. Структура российского государственного PR - рынка. Особенности федерального уровня. Специфика субъектного уровня. Функционирование PR - службы на местном уровне. Органы власти как целевая аудитория. Власть и НКО: стратегия партнерства. Прозрачность бюджетного процесса как проблема власти, СМИ и общественности.	УК-4 (УК-4.1); (УК-4.2) УК-5 (УК-5.1); (УК-5.2) ОПК-8 (ОПК-8.1); (ОПК-8.2).	ДЗ, К, Т
6	Коммуникации и PR	Коммуникация как процесс. Виды и характеристики коммуникаций. Письменные коммуникации в PR. Устные коммуникации в PR. Коммуникационный менеджмент в организации.	УК-4 (УК-4.1); (УК-4.2) УК-5 (УК-5.1); (УК-5.2) ОПК-8 (ОПК-8.1); (ОПК-8.2).	ДЗ, К, Т
7	PR в политике	PR- технологии в избирательных кампаниях. Цивилизованное лоббирование. Проблемы имиджа страны	УК-4 (УК-4.1); (УК-4.2) УК-5 (УК-5.1); (УК-5.2)	ДЗ, К, Т

			ОПК-8 (ОПК-8.1); (ОПК-8.2).	
8	ПР и средства массовой информации.	Как обеспечить систему работы с журналистами. Медиапланирование и ПР. Структура пресс - службы. Особая роль пресс-секретаря. Как провести пресс-конференцию (брифинг). Основные жанры журналистики и ПР. Жанры ПР-текстов.	УК-4 (УК-4.1); (УК-4.2) УК-5 (УК-5.1); (УК-5.2) ОПК-8 (ОПК-8.1); (ОПК-8.2).	ДЗ, К, Т

Структура дисциплины (модуля) «Коммуникации и управление общественными отношениями»

Таблица 2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)

Вид работы	Трудоемкость, часов		
	ОФО	ОЗФО	ЗФО
Общая трудоемкость	108	108	108
Аудиторная работа:	34	34	6
Лекции (Л)	17	17	2
Практические занятия (ПЗ)	17	17	4
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа:	65	65	98
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)			
Расчетно-графическое задание (РГЗ)			
Реферат (Р)	30	30	38
Самостоятельное изучение разделов	35	35	60
Подготовка к тестированию			
Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	9	9	4
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет	зачет

Таблица 3. Лекционные занятия

№ п/п	Тема
1.	Общественные отношения: история формирования профессии и сферы деятельности.
2.	Понятие общественных отношений. Возможность управления общественными отношениями
3.	Паблик рилейшнз и близкая к ним деятельность
4.	Правовые и этические основы отношений с общественностью

5.	Развитие отношений с общественностью в органах власти
6.	Коммуникации и ПР
7.	ПР в политике
8.	ПР и средства массовой информации.

Таблица 4. Практические занятия (семинарские занятия)

№ п/п	Тема
1.	Предмет, цели и задачи связей с общественностью.
2.	Воздействие как функция ПР — коммуникации
3.	Связи с общественностью как элемент самоорганизации системы.
4.	Мотивации, инструменты, средства коммуникативного управления
5.	ПР — деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга
6.	ПР-коммуникации как средства управления кризисами
7.	Связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.

Таблица 5. Лабораторные работы по дисциплине (модулю) – не предусмотрены

Таблица 6. Самостоятельное изучение разделов дисциплины (модуля)

№ п/п	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
1.	Коммуникация как инструмент власти. Стратегии развития коммуникационного менеджмента в международном пространстве.
2.	Коммуникативный климат организации. Корпоративный имидж.
3.	Пути улучшения коммуникативного климата
4.	Связи с общественностью как элемент самоорганизации системы.
5.	Средства и методы коммуникаций.
6.	Управление общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления.

5. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются ***текущий, рубежный контроль и промежуточная аттестация.***

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля (контролируемые компетенции УК-4, УК-5, ОПК-8; индикатор достижения компетенций УК-4.1, УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2, ОПК-8.1, ОПК-8.2):

Цель текущего контроля – оценка результатов работы в семестре и обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающегося. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины «Коммуникации и управление общественными отношениями» и включает: ответы на теоретические вопросы на практическом занятии, решение практических задач и выполнение заданий на практическом занятии, самостоятельное выполнение индивидуальных домашних заданий (например, решение задач) с отчетом (защитой) в установленный срок, написание докладов, рефератов, эссе, дискуссии.

После ознакомления и изучения материала той или иной темы студенту рекомендуется для закрепления знаний решить предложенные задачи, рассмотреть и принять самостоятельные маркетинговые решения по приведенным кейсовым ситуациям.

Метод кейсов способствует развитию умения анализировать ситуации, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант и составлять план его осуществления. Таким образом, если в течение учебного цикла такой подход применяется многократно, то у студентов вырабатывается устойчивый навык решения практических задач.

Практическое занятие предполагает также подготовку и проведение презентаций студентами по заданной им теме.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателем (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания.

5.1.1 Оценочные материалы для устного опроса (контролируемые компетенции УК-4, УК-5, ОПК-8; индикатор достижения компетенций УК-4.1, УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2, ОПК-8.1, ОПК-8.2):

Вопросы для устного опроса

1. Социальная сущность управленческого процесса
2. Социальная идентичность как основной механизм управления общественными отношениями в современном обществе.
3. Общественные отношения и Public Relations.
4. Связи с общественностью как наука, искусство и коммуникативная деятельность/
5. Субъекты и объекты связей с общественностью.
6. Служба по связям с общественностью в организации (на конкретном примере).
7. Служба по связям с общественностью в органах государственной власти (на конкретном примере).
8. Принципы PR деятельности.
9. Функции PR деятельности.
10. Реклама и Public Relations.
11. Теория и практика массовой информации и Public Relations.
12. Право и Public Relations.
13. Психология и Public Relations.
14. Социология и Public Relations.
15. Политология и Public Relations.
16. Public Relations и политика.
17. Public Relations и пропаганда.
18. Маркетинг и Public Relations.
19. Риторика и Public Relations.
20. Связи с общественностью и общественное мнение.
21. Профессиональные требования к специалистам по связям с общественностью государственных структур.
22. Основные качественные и количественные методы сбора и анализа информации, применяемые в деятельности отдела по связям с общественностью.
23. Проблемы управления конфликтами в деятельности отдела по связям с общественностью.
24. Профессиограмма специалиста по связям с общественностью, ее разработка и содержание.

25. Организация работы креативного (творческого) сегмента отдела связей с общественностью и его основные функции.
26. Взаимодействие отдела по связям с общественностью с журналистским сообществом.
27. Содержание организаторской деятельности руководителя подразделения (службы) связей с общественностью.
28. Содержание культуры управленческого воздействия в подразделении по связям с общественностью.
29. Методы и методики стимуляции творческого мышления сотрудников подразделения по связям с общественностью.
30. Проблемы эффективности работы подразделения (службы) связей с общественностью и методики ее оценки.
31. Основные факторы, влияющие на деятельность PR-отделов (служб).
32. Основные требования к специалистам по связям с общественностью.

Критерии формирования оценок (оценивания) устного опроса

Устный опрос является одним из основных способов учёта знаний обучающегося по дисциплине «Коммуникации и управление общественными отношениями». Развёрнутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения.

В результате устного опроса знания, обучающегося оцениваются по следующей шкале:

2 балла, ставится, если обучающийся:

- 1) полно излагает изученный материал, даёт правильное определенное экономических понятий;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

1,5 балла, ставится, если обучающийся даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для балла «1», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

1 балл, ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

0 баллов, ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке.

Баллы «__2__», «1,5», « 1 » могут ставиться не только за единовременный ответ, но и за рассредоточенный во времени, т.е. за сумму ответов, данных студентом на протяжении занятия

5.1.2. Оценочные материалы для самостоятельной работы обучающегося (типовые задачи) (контролируемые компетенции УК-4, УК-5, ОПК-8; индикатор достижения компетенций УК-4.1, УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2, ОПК-8.1, ОПК-8.2)

Задание 1.

В ряде регионов России существует конфликт между городскими властями и коммерческими предприятиями, ведущими пассажирские перевозки по городским маршрутам. Регулирующая сторона считает, что предприниматели утаивают часть выручки, так как не выдают пассажирам талоны на проезд, коммерческая сторона утверждает, что налогооблагаемая база необоснованно завышена. Возможно ли разрешение данной конфликтной ситуации при помощи связей с общественностью и если да, то каким образом? Какие методы воздействия (позитивные или негативные) следует признать более перспективными при разрешении подобных ситуаций?

Задание 2.

Сформируйте типовую модель взаимодействия подразделений по связям с общественностью в организации со следующими группами:

- ✓ руководителями организации;
- ✓ конкурентами;
- ✓ сотрудниками;
- ✓ потребителями;
- ✓ партнерами;
- ✓ средствами массовой информации.

Задание 3.

Назовите возможные продукты организационной деятельности для следующих организаций:

- ✓ высшего учебного заведения;
- ✓ научно-исследовательского института;
- ✓ предприятия оптовой торговли
- ✓ киностудии;
- ✓ телекомпаний;
- ✓ завода по производству бытовой техники.

Задание 4.

Разработайте варианты направлений деятельности по связям с общественностью, наиболее важные для следующих организаций:

- ✓ крупного магазина розничной торговли;
- ✓ инвестиционной компании;
- ✓ коммерческого банка;
- ✓ рекламного агентства;
- ✓ регионального журнала;
- ✓ автомобильного дилера.

Задание 5.

Проанализируйте коммуникационные потоки организации, в которой вы работаете (учитесь, проходите стажировку, хотели бы работать). Определите, можно ли их признать удовлетворительными? Разработайте комплекс средств двусторонней коммуникации, который необходим для эффективного осуществления внутрифирменных связей с общественностью. Выявите, что необходимо изменить, чтобы предложенная вами система заработала.

Задание 6.

Проанализируйте материалы региональных СМИ для выявления примеров использования приемов управления информацией. Какие из приемов используются наиболее часто?

Задание 7.

Проанализируйте ситуацию и ответьте на вопросы:

***Mid-South Airlines* (Тимоти С. Мескон)**

Пол Стефенсон — энергичный и предприимчивый человек. Еще студентом он занимался самыми разными видами деятельности (был капитаном команды борцов и президентом научного студенческого общества Таи Кappa Epsilon) и попробовал себя на самых разных работах.

Два года назад Пол, выпускник Университета Южного Миссисипи, был принят на должность агента аэродромного обслуживания Mid-South Airlines. Mid-South — крупная региональная транспортная авиакомпания с головным офисом в Мемфисе, штат Теннесси. Хотя стартовая зарплата в 11 500 долл. в год не слишком устраивала Пола, она давала огромные возможности для развития и путешествий и как нельзя лучше подходила для человека, готового много работать и желающего посещать разные интересные места при небольших затратах.

Работа агента аэродромного обслуживания в Mid-South Airlines ничем не отличается от аналогичной работы в любой другой авиакомпании. Он отвечает за транспортировку, погрузку и разгрузку багажа, груза и почты. Увеличение миграции населения в южные районы США привело к росту компании Mid-South и созданию новых рабочих мест на низовом и среднем уровнях менеджмента. Все менеджеры-новички в Mid-South должны были начинать с низового уровня, но Пол сразу понял, что в этой быстро развивающейся авиакомпании отличные возможности для карьерного роста, и предвидел свое блестящее будущее в ней.

После восьминедельной программы ориентации в головном офисе фирмы Пола направили на базу компании в Галфпорт-Билокси, штат Миссисипи, — знаменитый курорт на берегу Мексиканского залива. Отдыхающие наслаждаются здесь солнцем, прибоем, гольфом, теннисом и прекрасными гостиницами. В недавнем прошлом законодательным органам Миссисипи удалось резко снизить загрязнение залива в результате сброса отходов и слива канализационных вод, и туризм снова стал “королем” этого района. Национальная сеть гостиниц возвела в Галфпорте огромный гостиничный комплекс, и общие экономические условия в регионе улучшались не по дням, а по часам.

Поначалу Пол был счастлив, что живет в родном штате, недалеко от семьи, но скоро понял, что в этой ситуации ему недостает мобильности. Темпы работы были неспешными, как и продвижение по службе. И после полутора лет работы в Г&лфпорте Пол попросил о переводе на базу в Мемфис. Его боссу Эд Уайли очень не хотелось давать разрешение на этот перевод, поскольку Пол, несомненно, был отличным работником. Но Эд понимал, что на базе в Галфпорте возможности молодого сотрудника ограничены, и он, хотя и неохотно, направил заявление Пола в головной офис. Через полгода Пол начал работать в Мемфисе.

Его включили в бригаду из нескольких опытных агентов, давно работавших в Mid-South, причем в лучшую смену — с 8.30 до 17.00. Довольный назначением, Пол решил начать личную кампанию за первое повышение по службе. Но уже через неделю один из его коллег, Майк, начал подтрунивать над стараниями Пола. Майку было 55 лет, он проработал в Mid-South 25 лет и слыл доброжелательным и приятным человеком. Пол посмеялся над комментариями Майка, но спустя несколько дней двое других сотрудников, Тим и Стюарт, тоже начали намекать, что Пол слишком старается и ему надо бы умерить свой пыл. Дружеское подшучивание продолжалось почти месяц, но Пол оставался верным своему решению добиться как можно большего.

И вот однажды в полдень, когда все пять самолетов в секторе Пола были готовы к вылету, в офис поступил запоздалый телефонный звонок с просьбой задержать рейс 289 в Ноксвилль, который должен был принять на борт спецгруз. Из Чаттануги прибыла дюжина подопытных мышей, заказанных факультетом психологии Университета штата Теннесси, и в связи с характером проводимых на них экспериментов требовалась специальная доставка груза. Это не была необычная ситуация. Самолеты часто задерживались, чтобы перевезти лабораторных животных, предназначенные для трансплантации человеческие органы, почту и другие срочные грузы. Звонок принял

Майк, который и попросил Пола посигналить пилоту о задержке вылета. Он также сказал Полу открыть передний грузовой отсек и подождать у самолета прибытия груза с мышами. Пол побежал к самолету, подал сигнал пилоту, открыл отсек и запрыгнул в герметичный багажный отсек DC-9, чтобы защитить уши от воя реактивных двигателей. Джон, еще один старший работник авиакомпании, подошел к люку и сказал Полу, что груз уже в пути.

Пол услышал звук мотора подъехавшего грузовика, дверца люка захлопнулась, и самолет начал движение. Рейсу 289 было дано разрешение на вылет в Ноксвилль, и он начал выруливать на взлетную полосу В.

Вопросы

1. Подберите определение понятию "выскачка".
2. Проведите анализ сети формальных коммуникаций в Mid-South.
3. Проведите анализ сети неформальных коммуникаций в Mid-South.
4. Если бы вы были непосредственным боссом Пола, что бы вы сделали, чтобы предотвратить подобную ситуацию?

Задание 8

Проанализируйте ситуацию и ответьте на вопросы

СЛУЧАЙ ИЗ ПРАКТИКИ: Изменения в Bank of America

Bank of America был основан А. Джаннини — энергичным и склонным к риску человеком. С первых лет существования банка Джаннини подчеркивал важность общечеловеческих ценностей и высокого качества обслуживания клиентов. Он стремился повысить качество жизни американцев благодаря услугам своего банка и предложил идею займов с запланированными сроками выплаты. К моменту его смерти в 1949 году банк имел репутацию новаторского учреждения, заботливо относящегося к клиентам.

Но в 1960-х и 1970-х годах Bank of America не выдержал темпов развития банковского дела. Высший менеджмент начал уделять все больше внимания прибылям, и не заботе о людях. Многие менеджеры понимали, что банк отходит от своих основных ценностей, составляющих основу его мощи. В 1983 году была создана группа из сторонних консультантов и аналитиков банка, которая должна была проанализировать его состояние и выявить основные, с точки зрения сотрудников, ценности организации.

В результате ряда интервью с работниками были выявлены следующие убеждения.

1. "Не рискуй зря." Среди сотрудников преобладала точка зрения, что неудача стоит денег. Считалось, что инвестиции в новые идеи должны окупаться немедленно.

2. "Будь любезен с каждым." Это означало, что откровенность не обязательна. Ценные предложения часто не высказывались, поскольку не поощрялись любые конфликты и противоречия.

3. "Эффективность — не главное." Было распространено мнение, что стаж и опыт важнее эффективности.

4. "Верь тому, что видишь воочию." Сотрудники чувствовали, что риск и новаторство не поощряются.

Эти выводы очень обеспокоили руководство банка, которое понимало, что в конце 1980-х годов такие убеждения вряд ли позволят организации выжить. Чтобы повысить конкурентоспособность, менеджеры высшего звена Bank of America решили изменить стиль поведения и ценности компании. Была создана новая система ценностей, в частности: 1) "Клиент всегда прав", 2) "Максимально используй новые технологии" и 3) "Вознаграждай по результатам труда".

Поскольку попытка изменить работников с помощью лозунгов, вернее всего, привела бы их к цинизму, новые ценности были донесены до людей через существующую структуру менеджмента. Главный исполнительный директор представил новые цели старшим менеджерам банка во время общего совещания руководства. Были организованы курсы для ознакомления людей с новыми управленческими целями и обучения новым методам

их достижения, например новым процессам оценки эффективности. На курсах опытные менеджеры высшего звена обучали менеджеров низших уровней.

Перемены нашли воплощение и в символике организации. С этого момента сотрудники всех организационных уровней во всем мире, перешедшие на новые ценности организации, награждались нагрудным значком с изображением орла.

Перемены привели к целому ряду усовершенствований. Обзоры с целью оценки уровня удовлетворения клиентов и сотрудников банка подтверждают устойчивый прогресс уже на протяжении нескольких лет подряд.

Вопросы

1. Каким методом разрешения конфликтов, вернее всего, пользовался Bank of America до начала мероприятий по внедрению перемен?

2. Какие внутренние переменные организации (цели, структура, задача, технология и люди) изменились в результате описанных выше мероприятий?

3. Обсудите метод привлечения сотрудников Bank of America к процессу внедрения изменений.

Задание 9

Случай из практики

Участие рабочих в менеджменте

Сталелитейная промышленность США переживает трудные времена уже не первый год. Конкуренция с зарубежными фирмами, избыточные производственные мощности и устаревшие технологии заставили многие компании искать пути повышения эффективности буквально повсюду. К сожалению, эта отрасль всегда была известна своими проблемами взаимоотношений между менеджментом и рабочими. Однако в последние годы восемь сталелитейных компаний совместно с Профсоюзом рабочих сталелитейной промышленности начали совместную деятельность по созданию так называемых «групп участия рабочих в менеджменте».

Идея заключалась в том, чтобы воспользоваться огромным профессиональным опытом рабочих. Они лучше, чем кто-либо другой, разбираются в своем деле, следовательно, лучше знают, как можно повысить производительность труда, качество продукции и безопасность. В связи с этим в компаниях были созданы группы из 10–15 рабочих, которые собираются раз в неделю и вырабатывают различные идеи и предложения. С помощью «консультативных комитетов», состоящих из представителей менеджмента среднего звена, группа внедряет признанные ею необходимыми изменения.

Хотя предложения работников, как правило, не приводят к серьезным переменам, защитники этих групп считают, что совокупный эффект усовершенствований позволит сталелитейной отрасли преодолеть трудности. Р. П. Коффи, вице-президент по вопросам кадров National Steel Corporation, приводит следующий пример того, как они уже помогли отрасли. В конце 1986 года одна из таких групп предложила исключить из технологического цикла один этап, связанный с транспортировкой очень едкого смывочного раствора, и заменить его автоматической системой подачи раствора. В результате технологический процесс стал намного дешевле и безопаснее, число ожогов сократилось на 90 %, а уменьшение объема отходов позволяет отрасли экономить до 40 тыс. долл. в месяц.

Но хотя у этих групп много сторонников, некоторым членам профсоюза они не нравятся. Они считают, что руководство изобрело их специально для того, чтобы как можно больше выжать из рабочих, и что это не в их интересах – внедрять изменения, способные привести к сокращению рабочих мест. Но в Министерстве труда США думают иначе. В ноябре 1986 года несколько сталелитейных компаний и Профсоюз рабочих сталелитейной промышленности получили от него грант в размере 25 тыс. долл. для проведения семинара по обучению людей принципам участия в деятельности этих групп. Этот краткосрочный проект был настолько успешен, что компании и профсоюз создали специальный комитет по планированию дальнейшей деятельности в этом направлении.

Вопросы

1. К какому типу относятся описанные выше группы: к формальным или неформальным?
2. Желательно ли создание комитетов в ситуации, сложившейся в сталелитейной отрасли?
3. Прокомментируйте следующее утверждение: команды участия рабочих в менеджменте были созданы для получения выгод от использования неформальных групп в рамках структуры формального комитета.

Задание 10

Проведите сравнительный анализ понятий «имидж» и «репутация». Выберите пять знакомых организаций (коммерческих и некоммерческих), постарайтесь определить их имидж и репутацию, разграничивая эти понятия. Объясните, на основе чего вы пришли к данному мнению.

Задание 11

Выберите социальные направления или обозначьте конкретные социальные проекты, участие в которых было бы целесообразно для следующих коммерческих организаций:

- ✓ мебельной фирмы;
- ✓ ресторана;
- ✓ казино;
- ✓ торгово-промышленного комплекса;
- ✓ табачной фабрики;
- ✓ завода по переработке сельскохозяйственной продукции.

Задание 12

Коммерческое предприятие реализует благотворительную программу помощи инвалидам. Разработайте программу по связям с общественностью, обеспечивающую необходимое количество информационных выходов для привлечения внимания к этому факту.

Приведите примеры мифов, которые может использовать в своих целях некоммерческая или коммерческая организация. Укажите, каким образом это лучше сделать.

Приведите примеры скандалов, происходящих в общественной жизни. Определите, связаны ли они с деятельностью организации, группы людей или какого-либо одного человека. Как вы оцениваете PR-эффективность приведенных примеров? Обоснуйте ответ.

Вспомните, с какими слухами вы сталкивались. Повлияли ли они на ваше мнение об объекте слухов?

Смоделируйте ситуацию, в которой слух можно было бы признать наиболее эффективным средством связей с общественностью.

Иногда с целью улучшения веб-сайта организации и повышения эффективности его продвижения специалисты используют особые приемы. Например, организация, занимающаяся выпуском сигарет, создает информационный вебсайт, полностью посвященный табаку. Определите, почему ей это может быть выгодно. Какие информационные сайты могут создавать организации, специализирующиеся на производстве:

- мясных и колбасных изделий;
- аппаратов для очистки питьевой воды;
- мягкой мебели?

Задание 13

Выполнить следующие задания:

1. Определить PR-субъект, PR-кампания которого будет осуществляться.
2. Сформулировать миссию организации, определить цели и задачи.
3. Позиционировать организацию, разработать программу социологического опроса по изучению мнения целевых групп и экспертного опроса по определению

- позиций организации на конкурентном пространстве.
4. Разработать сценарий PR-кампании и ее финансовое обеспечение.
 5. Разработать фирменный дизайн PR-субъекта в соответствии с философией организации, содержанием деятельности.
 6. Определить целевые группы PR-субъекта, качественные и количественные характеристики.
 7. Разработать медиа-план, учитывая характеристики собственной общественности и специфику информационных каналов.
 8. Разработать медиаплан PR-кампании, обеспечив информационное сопровождение всех мероприятий.
 9. Подготовить пресс-релиз.
 10. Разработать сценарий и подготовить материалы для проведения пресс-конференции.

Определить программу лоббистской и спонсорской деятельности PR-субъекта

Критерии формирования оценок по заданиям для самостоятельной работы студента (типовые задачи):

«отлично» (3 балла) - обучающийся показал глубокие знания материала по поставленным вопросам, грамотно, логично его излагает, структурировал и детализировал информацию, избегая простого повторения информации из текста, информация представлена в переработанном виде. Свободно использует необходимые формулы при решении задач;

«хорошо» (2 балла) - обучающийся твердо знает материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в процессе решения задач;

«удовлетворительно» (1 балл) - обучающийся имеет знания основного материала по поставленным вопросам, но не усвоил его деталей, допускает отдельные неточности при решении задач;

«неудовлетворительно» (менее 1 балла) – обучающийся допускает грубые ошибки в ответе на поставленные вопросы и при решении задач

5.1.3. Оценочные материалы для выполнения рефератов (контролируемые компетенции УК-4, УК-5, ОПК-8; индикатор достижения компетенций УК-4.1, УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2, ОПК-8.1, ОПК-8.2)

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

Темы рефератов

1. Понятие общественных отношений.
2. Сферы реализации общественных отношений.
3. Необходимость и возможность управления общественными отношениями.
4. Public Relations как наука и практика управления общественными отношениями.
5. Теоретические подходы к пониманию PR.
6. История PR за рубежом.
7. Становление PR в России.
8. Типология групп общественности.
9. Общественное мнение и его роль в Public Relations.
10. Коммуникация и ее влияние на общественность.

11. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу деятельности по связям с общественностью.
12. Этические нормы профессионального поведения специалиста по связям с общественностью.
13. Информационная политика государственных и муниципальных органов власти.
14. Пресс-служба органа власти: организация, структура, функции.
15. Организация и проведение мероприятий для СМИ.
16. Подготовка правительственных сообщений для СМИ.
17. Специфика PR в первобытной кампании.
18. Планирование PR-кампании в рамках общей стратегии избирательного штаба.
19. Статус Public Relations в организации.
20. Организационная структура и обязанности подразделения Public Relations.
21. Управление процессом Public Relations.
22. Понятие кризисной ситуации в Public Relations.
23. Коммуникация в кризисных ситуациях.

Методические рекомендации по написанию реферата

Требования к реферату: Общий объём реферата 15 листов (шрифт 14 Times New Roman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок Microsoft Word (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль

Обязательно наличие: содержания (структура работы с указанием разделов и их начальных номеров страниц), введения (актуальность темы, цель, задачи), основных разделов реферата, заключения (в кратком, резюмированном виде основные положения работы), списка литературы с указанием конкретных источников, включая ссылки на Интернет-ресурсы.

В тексте ссылка на источник делается путем указания (в квадратных скобках) порядкового номера цитируемой литературы и через запятую – цитируемых страниц.

Уровень оригинальности текста – 60%

Критерии оценки реферата:

«отлично» (3 балла) ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

«хорошо» (2 балла) – выполнены основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками

«удовлетворительно» (1 балл) – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы;

во время защиты отсутствует вывод. Обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы. Допущены существенные отступления. Документация сдана со значительным опозданием (более недели). Отсутствуют отдельные фрагменты.

«неудовлетворительно» (менее _1 балла) – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.

**5.1.5. Оценочные материалы для выполнения эссе по дисциплине
(контролируемые компетенции УК-4, УК-5, ОПК-8; индикатор достижения
компетенций УК-4.1, УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2, ОПК-8.1, ОПК-8.2)**

Эссе представляет собой доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников или краткое изложение книги, статьи, исследования, а также доклад с таким изложением.

Написание и защита эссе на аудиторном занятии используется в дисциплине «Коммуникативный менеджмент» в целях приобретения обучающимся необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме страховой деятельности, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п.

С помощью эссе обучающийся глубже постигает наиболее сложные проблемы данной дисциплины, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

Примерные темы эссе:

1. Паблик рилейшнз в повседневной жизни.
2. Принципы и функции дисциплины «Связей с общественностью».
- 15
3. Определения понятия «Связей с общественностью».
4. Возникновение индустрии PR за рубежом и в России.
5. Глобализация паблик рилейшнз как профессиональной системы.
6. Подразделение «связей с общественностью» в функциональной структуре организации.
7. Роль и место PR-службы в коммерческой структуре.
8. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
9. Изучение общественного мнения.
10. Особенности организации и проведения PR-кампаний.
11. Социологические исследования (выборка, анкета, групповые интервью, фокус-группы, анализ).
12. Процесс коммуникации и его элементы.
13. Управление процессом паблик рилейшнз.
14. Направления PR-деятельности в установлении внутриотраслевых отношений предпринимателей.
15. Благотворительная деятельность и PR.
16. Паблик рилейшнз в кризисных ситуациях.
17. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций.
18. Специфика управления коммуникациями в условиях кризиса.
19. Лоббизм: суть, легитимность, практика.
20. Лоббирование законодательного процесса.
21. Службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.
22. Типы массовых кампаний, их принципы и элементы.

23. Система связей власти с общественностью.
24. Понятие общественного мнения и его основные разновидности.
25. Мастерство коммуникации.

Требования к эссе:

Подготовка и публичная защита эссе способствует формированию правовой культуры у будущего бакалавра, закреплению у него знаний, развитию умения самостоятельно анализировать многообразные общественно-политические явления современности, вести полемику.

Введение эссе необходимо для обоснования актуальности темы и предполагаемого метода рассуждения. *Основная часть эссе* содержит рассуждения по теме, то есть раскрытие темы, ответ на поставленные вопросы, аргументы, примеры и так далее. Все существенное содержание работы должно быть изложено в основной части. *Заключение эссе* должно содержать выводы и рекомендации по выбранной теме исследования. Эссе должно отвечать требованиям читабельности, последовательности и логичности.

Общий объём эссе 5-7 листов (шрифт 14 Times New Roman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок Microsoft Word (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль

Обязательно наличие: содержания (структура работы с указанием разделов и их начальных номеров страниц), введения (актуальность темы, цель, задачи), основных разделов реферата, заключения (в кратком, резюмированном виде основные положения работы), списка литературы с указанием конкретных источников, включая ссылки на Интернет-ресурсы.

В тексте ссылка на источник делается путем указания (в квадратных скобках) порядкового номера цитируемой литературы и через запятую – цитируемых страниц. Уровень оригинальности текста – 60%

Критерии оценки эссе

«отлично» (3 балла) ставится, если обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

«хорошо» (2 балла) – обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками

«удовлетворительно» (1 балла) – обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы. Допущены существенные отступления. Документация сдана со значительным опозданием (более недели). Отсутствуют отдельные фрагменты.

«неудовлетворительно» (менее 1 балла) – обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.

5.2.Оценочные материалы для промежуточной аттестации (контролируемые компетенции УК-4, УК-5, ОПК-8; индикатор достижения компетенций УК-4.1, УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2, ОПК-8.1, ОПК-8.2)

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Осуществляется в конце семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по

дисциплине «Коммуникации и управление общественными отношениями» в виде проведения зачета.

Промежуточная аттестация может проводиться в устной, письменной форме. На промежуточную аттестацию отводится до 30 баллов.

Вопросы, выносимые на зачет (контролируемые компетенции УК-4, УК-5, ОПК-8; индикатор достижения компетенций УК-4.1, УК-4.2, УК-5.1, УК-5.2, ОПК-8.1, ОПК-8.2)

1. Истоки и история науки связей с общественностью
2. Определение понятия паблик рилейшнз.
3. PR и близкая к ним деятельность (пресс-посредничество, продвижение, общественные дела, паблисити, реклама.
4. Статус паблик рилейшнз.
5. Организационная структура и обязанности PR.
6. PR – отдел организации: преимущества и недостатки.
7. Субординация и организационные схемы PR-подразделения.
8. Консультативная PR-фирма.
9. Интеграция функций PR-подразделений и консультативных фирм.
10. Понятие общественности.
11. Типология групп общественности.
12. Определение целевых групп общественности.
13. Приоритетные группы общественности.
14. Общественность и ее мнения. Суть общественного мнения.
15. Установка на общественное мнение.
16. Изучение общественного мнения. Типы исследования общественного мнения.
17. Социологические исследования. Выборка, анкета, групповые интересы, анализ.
18. Борьба за внимание общественности.
19. Распространение информации или коммуникации
20. Процесс коммуникации и его элементы: кодирование, сообщение, декодирование, получатель (адресат) сообщения, содержание взаимоотношения, социальное окружение.
21. Влияние на общественность. Сила убеждения. Влияние на общественное мнение. Вопросы этики PR.
22. Теория управления PR. Составляющие процесса управления.
23. Роль исследования и планирования стратегии PR.
24. Проблемы в сфере PR и пути их определения. Формулировка проблемы. Анализ ситуации.
25. PR и стратегичность мышления.
26. Основные этапы процесса стратегического планирования.
27. Целевое планирование. Цели выхода. Цели влияния.
28. Программирование. Деятельная составляющая реализации программы.
29. Коммуникационная составляющая реализации программы.
30. Составляющие процесса оценочного исследования.
31. Имидж и его природа.
32. Внутренняя общественность и имидж организации.
33. PR – реклама имиджа.
34. Типология кризисов.
35. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций.
36. Управление в условиях кризиса.
37. Коммуникация в условиях кризиса.
38. Типы массовых кампаний, их принципы и элементы.
39. Избирательная кампания, общие принципы ее организации.
40. Кандидат и его подготовка в ходе избирательной кампании.

41. Штатный персонал избирательной кампании.
42. Организационные схемы избирательной кампании.
43. Кампания «От двери к двери». Активизация явки избирателей на выборы.
44. Лоббизм: суть, легитимность, практика. .
45. Связи со средствами массовой коммуникации (методика использования в избирательной кампании).

Критерии формирования оценок по промежуточной аттестации

Определены в разделах 2, 3 Положения о балльно-рейтинговой системе аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Кабардино-Балкарского государственного университета им. Х.М. Бербекова.

6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Таблица 7. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Основные показатели оценки результатов обучения	Вид оценочного материала, обеспечивающий формирование компетенций
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Способен применять современные коммуникативные технологии в профессиональной деятельности	Знать: нормы устной речи, принятые в профессиональной среде	Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1) №1-8,13-15,17,19,23,24,26,28-30,32-34,37; примерные темы рефератов (раздел 5.1.3).№ 1,2,4-7,10-13; Оценочные материалы для самостоятельной работы (типовые задачи раздел 5.1.2.) №4-8,10,13; типовые оценочные материалы эссе, типовые оценочные материалы к зачету (раздел 5.2.)№1-7,20,21,28-38
		Уметь: выбирать стиль общения на государственном языке РФ и иностранном языке применительно к ситуации взаимодействия	
		Владеть: иностранным языком на уровне, необходимо и достаточном для общения в профессиональной среде	
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2 Способен осуществлять деловую коммуникацию в том числе на иностранном (ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знать: нормы письменной речи, принятые в профессиональной среде	Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1) №9-12,16,20-22,25,27,31,36 примерные темы рефератов (раздел 5.1.3).№3,8,9,14, Оценочные материалы для самостоятельной работы (типовые задачи раздел 5.1.2.) Зад.№11,12 примерные темы эссе №5,9,13,15, типовые оценочные материалы к зачету (раздел 5.2.)№8-19,22-27
		Уметь: вести деловую переписку на государственном языке РФ и/или иностранном языке	

		Владеть: нормами и моделями речевого поведения применительно к конкретной ситуации академического и профессионального взаимодействия	
УК-5 Способен анализировать и разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знать: наличии межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте	Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1) №9-12,16,20-22,25,27,31,36 примерные темы рефератов (раздел 5.1.3).№3,8,9,14, Оценочные материалы для самостоятельной работы (типичные задачи раздел 5.1.2.) Зад.№11,12 примерные темы эссе №5,9,13,15, типовые оценочные материалы к зачету (раздел 5.2.)№8-19,22-27
		Уметь: воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом контексте	
		Владеть: навыками восприятия межкультурное разнообразие общества в философском контексте	
УК-5 Способен анализировать и разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.2 Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знать: причины межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте	Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1) №1-8,13-15,17,19,23,24,26,28-30,32-34,37; примерные темы рефератов (раздел 5.1.3).№ 1,2,4-7,10-13; Оценочные материалы для самостоятельной работы (типичные задачи раздел 5.1.2.) №4-8,10,13; типовые оценочные материалы эссе, типовые оценочные материалы к зачету (раздел 5.2.)№1-7,20,21,28-38
		Уметь: учитывать межкультурное разнообразие общества в рамках социально-исторического контекста	
		Владеть: навыками восприятия межкультурное разнообразие общества в философском контексте	
ОПК-8 Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	ОПК-8.1 Представляет способы организации внутренних и межведомственных коммуникации и демонстрирует способность их применения на практике	Знать: методы анализа проблемных ситуаций; способы выявления связей между элементами проблемной ситуации как системы	Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1) №9-12,16,20-22,25,27,31,36 примерные темы рефератов (раздел 5.1.3).№3,8,9,14, Оценочные материалы для самостоятельной работы (типичные задачи раздел 5.1.2.) Зад.№11,12 примерные темы эссе №5,9,13,15, типовые оценочные материалы к зачету (раздел 5.2.)№8-19,22-27
		Уметь: анализировать проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.	
		Владеть: навыками использования методов анализа проблемной ситуации как целостной системы, выявляя ее составляющие и связи между ними	

ОПК-8 Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	ОПК-8.2 Понимает необходимость и особенности взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации и демонстрирует способность организации данного взаимодействия	Знать: принципы формирования внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций	Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1) №1-8,13-15,17,19,23,24,26,28-30,32-34,37; примерные темы рефератов (раздел 5.1.3).№ 1,2,4-7,10-13; Оценочные материалы для самостоятельной работы (типичные задачи раздел 5.1.2.) №4-8,10,13; типовые оценочные материалы эссе, типовые оценочные материалы к зачету (раздел 5.2.)№1-7,20,21,28-38
		Уметь: применять на практике технологии связей с общественностью в органах публичного управления	
		Владеть: навыками технологии связей с общественностью в органах публичного управления	

Таким образом, выполнение типовых заданий, представленных в разделе 5 «Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации» позволит обеспечить:

- Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия (УК-4);

- Способность применять современные коммуникативные технологии в профессиональной деятельности (УК-4.1);

- Способность осуществлять деловую коммуникацию в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия (УК-4.2);

- Способность анализировать и разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5);

- Иметь представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5.1);

- Демонстрировать способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5.2);

- Способность организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации (ОПК-8);

- Представлять способы организации внутренних и межведомственных коммуникации и демонстрирует способность их применения на практике (ОПК-8.1);

- Понимать необходимость и особенности взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации и демонстрирует способность организации данного взаимодействия (ОПК-8.2).

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

7.1.Нормативно-правовые акты

1. Гражданский кодекс РФ (ст.171, 180, 182)

http://www.consultant.ru/document/cons_doc

7.2. Основная литература

1. Маслова Е.Л. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Е.Л. Маслова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 333 с. — 978-5-394-02414-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60450.html>
2. Найджел Дж. Холден Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама» / Найджел Дж. Холден— Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 384 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34472.html>. — ЭБС «IPRbooks»
3. Дейнека А.В. Управление человеческими ресурсами [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Дейнека А.В., Беспалько В.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2017.— 389 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60538.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Герчикова И.Н. Менеджмент (4-е издание) [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И.Н. Герчикова. — Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 511 с. — 978-5-238-01095-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52505.html>
5. Эриашвили Н.Д. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н.Д. Эриашвили. — 2-е изд. — Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — 5-238-01061-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71768.html>
6. Климович Л.К. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / Л.К. Климович. — Электрон.текстовые данные. — Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2015. — 280 с. — 978-985-503-494-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67691.html>

7.4. Периодические издания (газета, вестник, бюллетень, журнал)

Журналы

1. Журнал «Бизнес-коммуникации: маркетинг, реклама, PR »» (2номера в год) (http://www.infowave.ru/lib/periodicals/57_business-comm/)
2. Журнал «Интернет-маркетинг» (бномеров в год) (<http://www.internet-marketing.ru/>)
3. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (6 номеров в год) (<https://grebennikon.ru/journal-3.html>)
4. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» http://www.infowave.ru/lib/periodicals/22_marketingmenegement/ (6 номеров в год)
5. Журнал «Маркетинговые коммуникации» (6 номеров в год) (<http://www.marketingcommunications.ru/>)

7.5.Интернет-ресурсы

При изучении дисциплины «Коммуникации и управление общественными отношениями » студентам полезно пользоваться следующими Интернет – ресурсами:

- профессиональные базы данных:

1. База данных Science Index (РИНЦ). URL: <http://elibrary.ru>
2. Научная электронная библиотека (НЭБ РФФИ). URL: <http://elibrary.ru>
3. Аналитическая и наукометрическая база данных Sciverse Scopus издательства «Elsevier. Наука и технологии». URL: <http://www.scopus.com>
4. Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных «Web of Science» (WOS). URL: <http://www.isiknowledge.com/>

5. Национальная электронная библиотека РГБ (имеется режим для людей с нарушением зрения (для слепых и слабовидящих). URL: <https://нэб.рф>
6. ЭБС «АйПиЭрбукс» (имеется режим для людей с нарушением зрения (для слабовидящих). URL: <http://iprbookshop.ru/>

- информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>
2. Справочная правовая система «Гарант» (в свободном доступе). URL: <http://www.garant.ru;>
3. Справочная правовая система «Референт» (в свободном доступе). URL: <https://www.referent.ru/>

- иные интернет-ресурсы

Таблица 8. Интернет-ресурсы

	Название ресурса	Адрес	Аннотация
	Manager	www.manager.ru	Все о менеджменте , маркетинге , рекламе .
	Электронная версия журнала "Маркетолог"	http://www.marketolog.ru/	"Стану вашим надежным помощником, консультантом, в трудную минуту помогу дельным советом. Не боюсь кризисов, умею противостоять неудачам. Помогу вашим сотрудникам и подчиненным. Имею хорошие связи в СМИ и консалтинговых агентствах. Знаком лично с мэтром маркетинга Филипом Котлером (тем самым) и президентом Российской Ассоциации Маркетинга - Александром Браверманом http://www.marketolog.ru/
	Рекламное Измерение"	http://www.triz-ri.ru	Сайт посвящен методикам и технологиям рекламы, PublicRelations, маркетинга, менеджмента и бизнеса, основанным на ТРИЗ - Теории Решения Изобретательских Задач. В настоящее время на сайте представлено более 400 статей и методик, а также информация о компьютерных программах Системы "ТРИЗ-ШАНС": "Приемы журналистики и "PublicRelations", HeadLiner/Заголовщик", "Приемы менеджмента", "EXPO: 1001 Рекламоноситель" - и их демонстрационные версии. Открытые методики рекламы и PublicRelations. http://www.triz-ri.ru/
	Marketcenter.ru	http://www.triz-ri.ru	Сайт системы межрегиональных маркетинговых центров, при помощи которого Вы можете заказать услуги по продвижению собственной продукции в регионах, получить или заказать маркетинговые исследования и аналитические обзоры, опубликовать визитную карточку Вашего предприятия.

7.6. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа (по В.И. Далю «самостоятельный – человек, имеющий свои твердые убеждения») осуществляется при всех формах обучения: очной и заочной.

Самостоятельная работа обучающихся - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы обучающихся при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих обучающемуся в удобное для него время осваивать учебный материал;
- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;

– совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы обучающихся, поскольку именно эти виды учебной работы в первую очередь готовят обучающихся к самостоятельному выполнению профессиональных задач;

– модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

В рамках курса выполняются следующие виды самостоятельной работы:

1. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);

2. Выполнение разноуровневых задач и заданий;

3. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;

4. Выполнение итоговой контрольной работы.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

Необходимо отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала. Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом и выполняется в обязательном порядке. Задания предложены по каждой изучаемой теме и могут готовиться индивидуально или в группе. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

Для успешного самостоятельного изучения материала сегодня используются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач. Электронный учебник представляет собой программное средство, позволяющее представить для изучения теоретический материал, организовать апробирование, тренаж и самостоятельную творческую работу, помогающее студентам и преподавателю оценить уровень знаний в определенной тематике, а также содержащее необходимую справочную информацию. Электронный учебник может интегрировать в себе возможности различных педагогических программных средств: обучающих программ, справочников, учебных баз данных, тренажеров, контролирующих программ.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с преподавателем, решать вычислительные задачи и получать знания. Использование сетей усиливает роль самостоятельной работы студента и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания.

Студент может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для

выполнения работ трудозатратами. Студент имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории. Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде студента имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет студенту своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений. Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий - это ряд тестов «on-line», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения предметным материалом, выявить свои ошибки и получить рекомендации по самосовершенствованию.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины включает в себя специальные помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, компьютерные классы для проведения лабораторных занятий, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия. По дисциплине «Справочно-информационные системы в экономике» имеются презентации по отдельным темам курса, позволяющие наиболее эффективно освоить представленный учебный материал.

При проведении занятий лекционного типа/семинарского типа используются:

лицензионное программное обеспечение:

- Пакет прав для учащихся на обеспечение доступа к сервису Office 365 ProPlusEdu ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr STUUseBnft Student EES, договор №13/ЭА-223 01.09.19;
- Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal License.

свободно распространяемые программы:

- 7Z – программа-архиватор;
- Adobe Acrobat Reader – программа для чтения PDF файлов;
- Mozilla Firefox лицензия, Google Chrome – интернет-браузеры;
- Far Manager – консольный файловый менеджер для операционных систем семейства Microsoft Windows.

При осуществлении образовательного процесса обучающимися и преподавателем используются следующие информационные справочные системы: ЭБС «АйПиЭрбукс», СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант», СПС «Референт», СПС «Аюдар Инфо».

8.2. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья университетом обеспечивается:

1. Альтернативная версия официального сайта в сети «Интернет» для слабовидящих;
2. Для инвалидов с нарушениями зрения (слабовидящие, слепые):
 - присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь, дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; наличие средств для усиления остаточного зрения, брайлевской компьютерной техники, видеомониторов, программ невидимого доступа к информации, программ-синтезаторов речи и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с нарушениями зрения;
 - задания для выполнения на зачете зачитываются ассистентом;
 - письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту обучающимся;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху (слабослышащие, глухие):
 - на зачете присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
 - зачет проводится в письменной форме;
4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений);
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
 - по желанию обучающегося зачет проводится в устной форме.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Материально-техническое обеспечение дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего
--	---	--

		документа
Аудитория для самостоятельной работы и коллективного пользования специальными техническими средствами для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в КБГУ, аудитория No 145 Главный корпус КБГУ.	<p>- Комплект учебной мебели: столы и стулья для обучающихся (3 комплекта); Стол для инвалидов-колясочников (1 шт.); Компьютер с подключением к сети и программным обеспечением (3 шт.); Специальная клавиатура (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой, ограничивающей случайное нажатие соседних клавиш) (1шт.); Принтер для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля VP Columbia (1 шт.); Портативный тактильный дисплей Брайля «Focus 14 Blue» (совместимый с планшетными устройствами, смартфонами и ПК) (1 шт.); Бумага для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля, совместимого с принтером VP Columbia; Видеоувеличитель портативный HV-MVC, диагональ экрана – 3,5 дюйма (4 шт.); Сканирующая и читающая машина SARA-CE (1 шт.); Джойстик компьютерный адаптированный, беспроводной (3 шт.); Беспроводная Bluetooth гарнитура с костной проводимостью «AfterShokz Trekz Titanium» (1 шт.); Проводная гарнитура с костной проводимостью «AfterShokz Sportz Titanium» (2 шт.); Проводная гарнитура Defender (1 шт.); Персональный коммуникатор EN –101 (5 шт.); Специальные клавиатуры (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой, ограничивающей случайное нажатие соседних клавиш); Клавиатура адаптированная с крупными кнопками + пластиковая накладка, разделяющая клавиши, Беспроводная Clevy Keyboard + Clevy Cove (3шт.); Джойстик компьютерный Joystick SimplyWorks беспроводной (3шт.); Ноутбук + приставка для ай-трекинга к ноутбуку PCEye Mini (1 шт).</p>	<p>Продукты MICROCOFT(Desktop Education ALNG LicSaPk OLVS Academic Edition Enterprise) подписка (Open Value Subscription) No V 2123829 Kaspersky Endpoint Security Стандартный Russian Edition No Лицензии 17E0-180427-50836-287-197.</p> <p>Программы для создания и редактирования субтитров, конвертирующее речь в текстовый и жестовый форматы на экране компьютера: Майкрософт Диктейт: https://dictate.ms/, Subtitle Edit, («Сурдофон» (бесплатные).</p> <p>Программа не визуального доступа к информации на экране компьютера JAWS for Windows (бесплатная);</p> <p>Программа для чтения вслух текстовых файлов (Tiger Software Suit (TSS)) (номер лицензии 5028132082173733);</p> <p>Программа экранного доступа с синтезом речи для слепых и слабовидящих (NVDA) (бесплатная).</p>

*Специальные помещения - учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ (ДОПОЛНЕНИЙ)

в рабочую программу по дисциплине «Коммуникации и управление общественными отношениями» по направлению подготовки 38.04.04 – Государственное и муниципальное управление; Профиль Система государственного и муниципального управления на _____ учебный год

№п/п	Элемент (пункт) РПД	Перечень вносимых изменений (дополнений)	Примечание

Обсуждена и рекомендована на заседании кафедры менеджмента и маркетинга протокол № _____ от " ____ " _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____ /

/

Шкала оценивания планируемых результатов обучения

Текущий и рубежный контроль

Семестр	Шкала оценивания			
	0-35 баллов	36-50 баллов	51-60 баллов	56-70 баллов
	Частичное посещение аудиторных занятий. Неудовлетворительное выполнение лабораторных и практических работ. Плохая подготовка к балльно-рейтинговым мероприятиям. Студент не допускается к промежуточной аттестации	Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Частичное выполнение и защита лабораторных и практических работ. Выполнение контрольных работ, тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «удовлетворительно».	Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита лабораторных и практических работ. Выполнение контрольных работ, тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «хорошо».	Полное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита лабораторных и практических занятий. Выполнение контрольных работ, тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «отлично».

(для зачёта)

Семестр	Шкала оценивания	
	Незачтено (36-60)	Зачтено (61-70)
	Студент имеет 36-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачёте не ответил ни на один вопрос.	Студент имеет 36-45 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачёте представил полный ответ на один вопрос и частично (полностью) ответил на второй. Студент имеет 46-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачёте дал полный ответ на один вопрос или частично ответил на оба вопроса. Студенту, имеющему 61-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, выставляется отметка «зачтено» без сдачи зачёта.

