

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет государственного и муниципального управления
Кафедра корпоративного управления

УТВЕРЖДЕНА
Решением кафедры
корпоративного управления
Протокол от «28» августа 2018г.
№ 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.7.1 ОСНОВЫ PR ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

38.03.03 Управление персоналом (уровень бакалавриат)

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Стратегическое и операционное управление персоналом организации

направленность (профиль)

Бакалавр

квалификация

очная

форма(ы) обучения

Год набора - 2019

Волгоград, 2018 г.

Автор(ы)-составитель(и):

канд. ист. наук, доцент

доцент кафедры корпоративного управления

Лысенко Г.В.

канд. социол. наук,

доцент кафедры корпоративного управления

Овсянникова Т.В.

ассистент кафедры корпоративного управления

Ширяева В.А.

Заведующий кафедрой

корпоративного управления

канд. эк. наук, доцент

Огарков А.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	6
3. Содержание и структура дисциплины (модуля)	7
4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).....	10
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	26
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	30
6.1. Основная литература	30
6.2. Дополнительная литература	30
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	30
6.4. Нормативные правовые документы	31
6.5. Интернет-ресурсы	31
6.6. Иные источники.....	32
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	32

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1 Дисциплина Б1.В.ДВ.7.1 Основы PR деятельности» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-13	Умение вести кадровое делопроизводство и организовывать архивное хранение кадровых документов в соответствии с действующими нормативно-правовыми актами, знанием основ кадровой статистики, владением навыками составления кадровой отчетности, а также навыками ознакомления сотрудников организации с кадровой документацией и действующими локальными нормативными актами, умение обеспечить защиту персональных данных сотрудников	ПК-13.2.2.1	Способность применять навыки и методы сбора информации для выявления потребности организации в PR-деятельности и формировать заказ на создание и продвижение рекламных продуктов
ПК-15	Владение навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, умением рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации	ПК-15.2.2.1	Способность применять навыки и методы сбора информации для выявления потребности организации в PR-деятельности и формировать заказ на создание и продвижение рекламных продуктов
ПК-19	Владение навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала	ПК-19.2.1.4	Способность применять навыки и методы сбора информации для выявления потребности организации в PR-деятельности и формировать заказ на создание и продвижение рекламных продуктов

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
«Документационное обеспечение работы с персоналом» Профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом» (Утвержден Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «06» октября 2015 г. № 691н)	ПК-13.2.2.1	На уровне знаний: Знание основных теоретических положений: Сформировавшееся систематическое владение навыками по оцениванию уровня эффективности медиапланирования, рекламы.
		На уровне умений: Умением оценивать уровня эффективности медиапланирования, рекламы.
		На уровне навыков: Методы оценки эффективности рекламных стратегий, навыками и методами сбора информации для выявления потребности рекламодателей и потребителей; функциональные обязанности персонала рекламного агентства, основные направления работы рекламного отдела
«Деятельность по обеспечению персоналом» Профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом» (Утвержден Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «06» октября 2015 г. № 691н)	ПК-15.2.2.1	На уровне знаний: Знание основных теоретических положений: Сформировавшееся систематическое владение навыками по оцениванию уровня эффективности медиапланирования, рекламы.
		На уровне умений: Умением оценивать уровня эффективности медиапланирования, рекламы.
		На уровне навыков: Методы оценки эффективности рекламных стратегий, навыками и методами сбора информации для выявления потребности рекламодателей и потребителей; функциональные обязанности персонала рекламного агентства, основные направления работы рекламного отдела
«Деятельность по развитию персонала» Профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом» (Утвержден Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «06» октября 2015 г. № 691н)	ПК-19.2.1.4	На уровне знаний: Знание основных теоретических положений: Сформировавшееся систематическое владение навыками по оцениванию уровня эффективности медиапланирования, рекламы.
		На уровне умений: Умением оценивать уровня эффективности медиапланирования, рекламы.
		На уровне навыков: Методы оценки эффективности рекламных стратегий, навыками и методами сбора информации для выявления потребности рекламодателей и потребителей; функциональные обязанности персонала рекламного агентства, основные направления работы рекламного отдела

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.7.1 «Основы PR деятельности» принадлежит к блоку вариативная часть, дисциплины по выбору. В соответствии с Учебным планом, по очной форме обучения дисциплина осваивается в 8 семестре, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 3 ЗЕ (108 часов).

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области социологии, психологии, государственного управления, документоведения, а также на приобретенные ранее умения и навыки в сфере государственного и муниципального управления, экономической теории, социологии организации, управления человеческими ресурсами. Знания и навыки, получаемые студентами в результате изучения дисциплины, необходимы для работы с организационными структурами, персоналом, поможет повысить эффективность работы.

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.7.1 «Основы PR деятельности» реализуется после изучения: Б1.В.ДВ.1.1 Логика и культура аргументации, Б1.Б.34 Документационное обеспечение управления персоналом, Б1.Б.19 Управленческий учет и учет персонала, Б1.В.ДВ.10.2 Управление персоналом государственной службы, Б1.В.ОД.18 Рынок труда.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 38 часов и на самостоятельную работу обучающихся – 16 часов, на контроль – 54 часа.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с Учебным планом – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Управление коммуникациями в организации: содержание основных понятий.	6	2	-	2		2	O, P, T
Тема 2	Модели коммуникативного процесса: основные элементы процесса. Барьеры Обратная связь. Дебрифинг.	6	2	-	2		2	O,P,T
Тема 3	Коммуникация как процесс: основные этапы. Цели и технологии коммуникации	6	2	-	2		2	O,3
Тема 4	Вербальная и невербальная коммуникация.	6	2	-	2		2	O,P
Тема 5	Внутриорганизационные коммуникации. Лояльность и корпоративная идентичность	6	2	-	2		2	O, T
Тема 6	Организация взаимодействия с внешними целевыми группами (стейкхолдерами). Доверие как основа партнерских отношений.	6	2	-	2		2	O,P, 3
Тема 7	Конфигурация организационных коммуникаций. Сетевой принцип организации взаимодействия. Нетворкинг и краудсорсинг.	6	2	-	2		2	O, P
Тема 8	Формы деловой коммуникации - организация и проведение делового совещания; - переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного	8	4	-	2		2	O, ДИ

	процесса.							
Тема 9	Слухи как специфическая форма деловых коммуникаций	4	2	-	2		-	О, Т
Промежуточная аттестация								экзамен
Всего:		108	20		18		16	54

Примечание: 5 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), реферат (Р), деловая игра (ДИ), индивидуальные задания (З)

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Управление коммуникациями в организации: содержание основных понятий

Понятие коммуникация как основного социального процесса, анализ информационного, интерактивного и перцептивного аспектов коммуникации.

Термин «информация», сущность понятия, трактовка Н.Винера, К.Шеннона, Н. Лумана. Знак как носитель информации. Три типа знаков по Ч. Пирсу (иконические, индексные, символические) и их использование в коммуникативной практике. Символ в системе социальных интеракций. Две формы значения по Р. Барту (денотация и коннотация) и их роль в коммуникативном взаимодействии

Специфика коммуникации в деловой организации.

Тема 2. Модели коммуникативного процесса: основные элементы процесса.

Барьеры Обратная связь. Дебрифинг.

Концепция Г.Лассуэлла: коммуникатор – сообщение – канал – аудитория – эффективность. Достоинства и недостатки концепции .Модель П.Лазерсфельда. Понятие «лидер мнения». Коды в коммуникации как правила организации знаков и регуляторы поведения. Социальные коды. Кодирование – декодирование. у Модель коммуникации К.Шеннона.

Понятие обратной связи. Дебрифинг как технология организации обратной связи.

Тема 3. Коммуникация как процесс: основные этапы. Цели и технологии коммуникации

Коммуникация как процесс. Контакт. Взаимодействие, взаимоотношения, отношения. Виды контактов: пространственный, психический и социальный контакт.

Взаимодействие: основные этапы. Подготовительный этап, этап установления контакта, этап взаимной ориентации этап аргументации и принятия решений, этап завершения взаимодействия. Коммуникативное взаимодействие - предпосылка возникновения идентичности.

Тема 4. Вербальная и невербальная коммуникация.

Канал коммуникации. Особенности невербальной коммуникации

Язык. Речевая коммуникация. Функции языка и речи. Речевая деятельность. речевое действие: речевая ситуация, мотив. Этапы речевого действия. Типы речевой коммуникации. Виды речевой деятельности.

Тема 5. Внутриорганизационные коммуникации. Лояльность и корпоративная идентичность

Понятие «внутрифирменные коммуникации». Типология внутрифирменных коммуникаций. Непосредственная и опосредованная коммуникация. Понятие, основные отличительные особенности. Межличностная и массовая коммуникация. Формальная, неформальная коммуникация в организации. Методы исследования деловых коммуникаций организации. Методы анализа состояния внутриорганизационных коммуникаций. Лояльность и корпоративная идентичность как результат

внутриорганизационных коммуникаций. Понятия, содержание, функции. Факторы формирования лояльности.

Тема 6. Организация взаимодействия с внешними целевыми группами (стейкхолдерами). Доверие как основа партнерских отношений.

Понятие заинтересованные лица, стейкхолдеры. Основные типы стейкхолдеров: потребители, местное сообщество, поставщики и партнеры, инвесторы и акционеры, органы власти и управления. Технологии изучения стейкхолдеров, методы и формы работы с целевыми группами. Субъекты финансового поля. Функции и задачи специалиста по организации взаимодействия с субъектами финансового поля. Формы и технологии организации взаимодействия с субъектами финансового поля: предоставление информационных материалов, организация и проведение мероприятий Организация и проведение годового собрания, подготовка годового отчета.

Тема 7. Конфигурация организационных коммуникаций. Сетевой принцип организации взаимодействия. Нетворкинг и краудсорсинг.

Понятие сети: различные трактовки (П. Бурдьё, Р. Патнэм, М.Кастельс). Основные типологии и свойства сети. Сильные и слабые социальные сети. Горизонтальные/вертикальные сети, реальные/виртуальные. Характеристика сети. Функциональность социальной сети: формирование общности, принятие/непринятие отношений, селекция отношений, достижение согласия, инвестирование отношений.

Нетворкинг: понятие и технология. Краудсорсинг: понятие и технологии. Анализ успешных краудсорсинговых проектов.

Тема 8. Формы деловой коммуникации

Формы деловой коммуникации : организация и проведение делового совещания; переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса.

Организация и проведение делового совещания. Понятие «деловое совещание», классификация деловых совещаний. Функции делового совещания. Этапы подготовки, проведения и реализации решений делового совещания.

Переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса Понятие «переговоры». отличительные свойства переговоров о сотрудничества и борьбы. Принципы и практические приемы переговоров. Типы переговоров. Функции переговоров. Модели переговоров. Переговорные стили. Стратегии ведения переговоров. Проблемы ведения переговоров.

Тема 9. Слухи как специфическая форма деловых коммуникаций

Слухи: понятие, функции Т.Шибутани, Г.Олпорт, Л.Постмэн. Типология слухов. Свойства слухов. Структура слухов: субъекты, предметы, каналы, объекты. Динамика слухов, технология слухов и их профилактика.

На самостоятельную работу студентов по дисциплине Б1.В.ДВ.7.2 «Управление общественными отношениями» выносятся следующие темы:

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС	Очная форма
1	2	3	4
1	Управление коммуникациями в организации: содержание основных понятий.	Понятие и функции коммуникации. Связь коммуникации и управления	О
2	Модели коммуникативного процесса: основные элементы процесса. Барьеры Обратная связь.	Информационно-коммуникативные технологии в управленческой деятельности	О

	Дебрифинг.		
3	Коммуникация как процесс: основные этапы. Цели и технологии коммуникации	Понятие «доверие» как категория социологии	О
4	Вербальная и невербальная коммуникация.	Сетевой характер взаимодействия в интернет-пространстве	О
5	Внутриорганизационные коммуникации. Лояльность и корпоративная идентичность	Корпоративные коммуникации. Роль руководства в системе коммуникаций. Технологии формирования корпоративной идентичности	Т
6	Организация взаимодействия с внешними целевыми группами (стейкхолдерами). Доверие как основа партнерских отношений.	Роль стейкхолдеров в управлении организацией. Доверие как основа успешной корпоративной политики	О
7	Конфигурация организационных коммуникаций. Сетевой принцип организации взаимодействия. Нетворкинг и краудсорсинг.	Организационные коммуникации и их виды. Технологии нетворкинг и краудсорсинг	О
8	Формы деловой коммуникации - организация и проведение делового совещания; - переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса.	Публичная речь. Деловая беседа Деловой разговор. Деловое совещание.	О
9	Слухи как специфическая форма деловых коммуникаций	Неформальные коммуникации в системе организаций.	Т

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.7.2 «Управление общественными отношениями» используются следующие формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
Очная форма		
Тема 1	Управление коммуникациями в организации: содержание основных понятий.	Устный опрос
Тема 2	Модели коммуникативного процесса: основные элементы процесса. Барьеры Обратная связь. Дебрифинг.	Устный опрос

Тема 3	Коммуникация как процесс: основные этапы. Цели и технологии коммуникации	Устный опрос
Тема 4	Вербальная и невербальная коммуникация.	Устный опрос
Тема 5	Внутриорганизационные коммуникации. Лояльность и корпоративная идентичность	Письменный тест
Тема 6	Организация взаимодействия с внешними целевыми группами (стейкхолдерами). Доверие как основа партнерских отношений.	Устный опрос
Тема 7	Конфигурация организационных коммуникаций. Сетевой принцип организации взаимодействия. Нетворкинг и краудсорсинг.	Устный опрос
Тема 8	Формы деловой коммуникации - организация и проведение делового совещания; - переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса.	Устный опрос
Тема 9	Слухи как специфическая форма деловых коммуникаций	Письменный тест

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена методом устного опроса по перечню примерных вопросов из п.4.3.

К сдаче экзамена по дисциплине допускаются студенты, получившие не меньше 60 баллов при текущей аттестации. При подготовке к экзамену студент внимательно просматривает вопросы, предусмотренные рабочей программой, и знакомится с рекомендованной основной литературой. Основой для сдачи экзамена студентом является изучение конспектов обзорных лекций, прослушанных в течение семестра, информация, полученная в результате самостоятельной работы, и практические навыки, освоенные при решении задач в течение семестра.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Тема 1. Управление коммуникациями в организации: содержание основных понятий

Вопросы для устного опроса:

1. Содержание понятий «организация», «деловая организация»
2. Понятие информации, основные направления исследования феномена и характеристики.
3. Знак как носитель информации: понятие, типология. Знак, значение, смысл.
4. Модели коммуникативного процесса: основные этапы и элементы процесса
5. Проблема барьеров в коммуникации.
6. Социальные коды. Процесс кодирования – декодирования.
7. «Обратная связь» как элемент коммуникативного процесса.
8. Дебрифинг как технология обратной связи.

Темы рефератов:

Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса.

Понятие информации и коммуникации в работах Н. Лумана.

Тема 2. Модели коммуникативного процесса: основные элементы процесса

Вопросы для устного опроса:

1. Модели коммуникативного процесса: основные этапы и элементы процесса

2. Проблема барьеров в коммуникации.
3. Социальные коды. Процесс кодирования – декодирования.
4. «Обратная связь» как элемент коммуникативного процесса.
5. Дебрифинг как технология обратной связи.

Темы рефератов:

Модель Г.Лассуэлла: достоинства и недостатки концепции – линейный, однонаправленный характер.

Модель П.Лазерсфельда. – двухступенчатый процесс коммуникации.

Модель коммуникативного процесса Уэстли и Маклина.

Тема 3. Коммуникация как процесс: основные этапы. Цели и технологии коммуникации.

Вопросы для устного опроса:

1. Определение понятия имидж. Понятие и виды самопрезентации.
2. Зарубежные и отечественные теории самопрезентации.
3. Роль самопрезентации на собеседовании. Правила успешного самомаркетинга.
4. Деловая риторика. Риторика. Ораторское искусство. Деловое общение (теория и практическое применение, конкретные примеры).
5. Субъектность актора как фактор, определяющий успешность коммуникации.

Задание 1. Подготовить публичное выступление (продолжительность 5-7 минут):

 I этап: выбор проблемного поля, подготовка плана и текста выступления;

 II этап: публичное выступление перед группой

Задание 2. Работа над правильностью речи.

1. Прокомментируйте ошибки в выражениях: криминальное преступление, свободная вакансия, преysкурaнт цен, памятный сувенир, будущие перспективы, смелый риск, первая премьера, моя автобиография, первое боевое крещение, хронометраж времени.
2. Устраните многословие в выражениях: каждая минута времени, отступить назад, в декабре месяце, впервые познакомиться, завещать в наследство, в летний период времени, ошибочное заблуждение.
3. Объясните значения слов-паронимов и придумайте обороты со словами: сравнять и сравнить; надевать и одевать; эффектный и эффективный; экономный и экономичный; невежа и невежда; ванна и ванная; одинарный и ординарный; апробировать и опробовать; представить и предоставить; акционерный и акционерский; планировка и планирование; абонент и абонемент; хозяйничать и хозяйствовать; адресат и адресант; парламентар и парламентарий.

Тема 4. Вербальная и невербальная коммуникация.

Вопросы для устного опроса:

1. Контакт. Виды контактов. Взаимодействие: определение понятия.
2. Невербальная коммуникация: основные особенности и элементы
3. Язык и речь. Речевая деятельность.

Темы докладов и рефератов:

Язык и речь в концепции Фердинанда де Соссюра.

Задание 1. Подготовить беседу с клиентом лицом к лицу и по телефону.

Задание 2. Использование «позитивных» вопросов. В зависимости от постановки вопроса «негативной» («У вас нет такой услуги?») или «позитивной» («Вы ведь позвоните мне завтра вечером?») можно отчасти предвидеть и управлять ответом собеседника. Используя «позитивную» постановку вопроса, заполните таблицу

«Негативная» постановка вопроса	«Позитивная» постановка вопроса
1. Не затруднит ли вас это сделать?	Вы ведь сможете это сделать? Вы мне можете помочь?
2. У вас нет такой услуги?	
3. Вы не находите, что это выгодное предложение?	
4. У вас не найдется для меня 5 минут?	
5. Вы не позвоните мне сегодня вечером?	
6. Вы не поможете мне в этом вопросе?	

Задание 3. Дать определение понятия «взаимодействия» одного из следующих социологов – Зиммель, Мид, Хоманс, Парсонс, Сорокин, Дюркгейм и др.

Задание 4. Составить таблицы сопоставления жестов, мимики, поз в невербальной коммуникации разных стран мира с целью выявления национальных особенностей.

Тема 5. Внутриорганизационные коммуникации. Лояльность и корпоративная идентичность.

Вопросы для устного опроса:

1. Внутрифирменные коммуникации: понятие, типология, особенности.
2. Формальная и неформальная коммуникация в организации. Роль руководителя и лидера в формировании коммуникаций.
3. Основные направления коммуникации в организации
4. Методы исследования деловых коммуникаций организации.
5. Лояльность и корпоративная идентичность: понятие, содержание, функции и факторы формирования.

Вопросы для тестирования:

1. Одним из ведущих видов коммуникативной деятельности человека является

- а) язык
- б) речь
- в) мышление
- г) познание

2. Одна из основных функций языка, раскрывающая непосредственное выражение чувств человека, называется

- а) информационной
- б) агитационной
- в) эмотивной
- г) метаязыковой

3. Процесс речевой деятельности, в ходе которого происходит обмен информацией с использованием механизмов кодирования и декодирования называется

- а) внутренней речью

- б) внешней речью
- в) речевым высказыванием
- г) нет верного варианта

4. Языковое оформление мысли вне процесса реальной коммуникации, устной или письменной, называют

- а) внутренней речью
- б) внутренним высказыванием
- в) размышлением
- г) нет верного варианта

5. Одним из важнейших этапов речевого действия, на котором осуществляется звуковое или графическое оформление высказывания, и результаты которого непосредственно влияют на дальнейшую коммуникацию, является

- а) обратная связь
- б) подготовка высказывания
- в) переход к внешней речи
- г) переход к внутренней речи

6. По форме вербальные речевые коммуникации подразделяют на

- а) устную и письменную
- б) внешнюю и внутреннюю
- в) родную и иностранную
- г) прямую и опосредованную

7. Монолог, диалог, полилог — эти типы речевой коммуникации дифференцированы по признаку:

- а) условие общения
- б) количество участников общения
- в) характер ситуации
- г) цель общения

8. К основным видам речевой деятельности, основанной на использовании механизма кодирования информации относятся

- а) слушание и чтение
- б) говорение и письмо
- в) слушание и говорение
- г) чтение и письмо

9. К основным видам речевой деятельности, основанной на использовании механизма декодирования информации, относятся

- а) слушание и чтение
- б) говорение и письмо
- в) слушание и говорение
- г) чтение и письмо

10. Основной целью речевой коммуникации считается

- а) обмен информацией
- б) получение информации
- в) передача информации
- г) все варианты верны

Тема 6. Организация взаимодействия с внешними целевыми группами (стейкхолдерами). Доверие как основа партнерских отношений.

Вопросы для устного опроса:

1. Стейкхолдеры: понятие и основные типы.

2. Технологии изучения стейкхолдеров, методы и формы работы с целевыми группами.
3. Организация взаимодействия компании в финансовой сфере. Субъекты финансового поля. Формы и технологии организации взаимодействия с субъектами финансового поля.
4. Определение понятия «доверие». Доверие как социальный фактор развития партнерских отношений между организациями.

Темы рефератов:

Концепция доверия в исследованиях П. Штомпки.

Корпоративное гражданство как элемент общественного договора (определение, история становления; теория и практика применения).

Стейкхолдер-менеджмент: управление заинтересованными группами.

Задание 1. Составление карты влияния: визуализация (в виде схемы или диаграммы) людей, оказывающих влияние и принимающих решения. При составлении карты учитываются три фактора: важность или общий вес влияния; связи между стейкхолдерами: степень влияния.

Тема 7. Конфигурация организационных коммуникаций. Сетевой принцип организации взаимодействия. Нетворкинг и краудсорсинг.

Вопросы для устного опроса:

1. Понятие сети: различные трактовки (П. Бурдьё, Р. Патнэм, М.Кастельс). Основные типологии и свойства сети.
2. Интернет как технический канал коммуникации (история становления, особенности взаимодействия в интернет-пространстве).
3. Нетворкинг: понятие и технология. Краудсорсинг: понятие и технологии. Краудфандинг: понятие и примеры применения.
4. Анализ успешных краудсорсинговых проектов.

Темы рефератов:

Web 1.0, 2.0 и 3.0: определения и основные характеристики взаимодействия.

Аннотации книги Дарси Резак «Связи решают все: бизнес-сказка о царевне-лягушке».

Тема 8. Формы деловой коммуникации.

Вопросы для устного опроса:

1. Деловое совещание: понятие, функции, этапы подготовки. Проведение совещания: от регистрации участников до протокола совещания.
2. Переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса. Переговорные стили и стратегии ведения переговоров.
3. Понятие коммуникативной личности. Коммуникативные компетенции менеджера.
4. Коммуникативный саботаж и проблема диалога.

Деловая игра:

Демонстрация переговорных стилей на конкретном примере (работа в парах): вы рекламный агент и приходите к новому клиенту, потребности и вкусы которого вам неизвестны. Вам необходимо:

- расположить к себе клиента;
- убедить его сделать заказ сразу;
- убедить обратиться к вам через некоторое время.

Типы клиентов: весельчак; жадный, но с деньгами; педант; бизнес-леди; самовлюбленный; молодой руководитель; интеллигент; невежда; иностранец; не принимающий сам решения; новатор; рационалист; своевластный; неуверенный в себе; нервный; консерватор; «воображала»; «грубиян»; «франт»; случайный.

Тема 9. Слухи как специфическая форма коммуникации.

Вопросы для устного опроса:

1. Слухи: понятие, функции Т.Шибутани, Г.Олпорт, Л.Постмэн.
2. Типология слухов. Свойства слухов. Структура слухов: субъекты, предметы, каналы, объекты.
3. Динамика слухов, технология слухов и их профилактика. Факторы возникновения, распространения и восприятия слухов.

Итоговое тестирование

(на проверку знаний – общих понятий и подходов)

1. Понятие "блип-культура" и "клиповое сознание" рассматриваются в теории:
А) Э. Тоффлера;
Б) М. Кастельса;
В) Д. Белла;
Г) М. Маклюэна.
2. Концепцию "постиндустриального общества" разработал:
А) З. Бжезинский;
Б) М. Кастельс;
В) Д. Белл;
Г) М. Маклюэн.
3. Способность общества, социальных групп, человека выступать в качестве активного начала (деятели, творца) социальной реальности:
А) социальная субъектность;
Б) социальная реальность;
В) социальная установка;
Г) коммуникация.
4. Объектами государственной информационной политики не являются:
А) СМИ;
Б) экономическая безопасность;
В) информационное право;
Г) средства связи.
5. К основным задачам государственной информационной политики не относится:
А) обеспечение ведущей роли государства на международной арене;
Б) модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры;
В) обеспечение граждан общественно значимой информацией и развитие независимых средств массовой информации;
Г) развитие информационно-коммуникационных технологий.
6. Принцип, при котором все основные мероприятия информационной политики обсуждаются обществом и государство учитывает общественное мнение:
А) принцип системности;

- Б) принцип равенства интересов;
- В) принцип открытости;
- Г) принцип социальной ориентации.

7. Назовите предмет государственной информационной политики:

- А) система экономических отношений;
- Б) система политических отношений;
- В) система коммуникаций;
- Г) система социально-психологических отношений в информационно-психологической сфере.

8. Какие три четких сектора выделяется концепции электронного правительства:

- А) G2G (госуправление-госуправление), G2B (госуправление-бизнес), G2C (госуправление-граждане);
- Б) государственный, частный, общественный;
- В) коммерческий, некоммерческий, государственный;
- Г) управленческий, информационный, коммуникационный.

9. Что означает принцип «одного окна»:

- А) увеличение перечня государственных услуг;
- Б) упрощение процесса выдачи документов гражданам и организациям;
- В) предоставление услуг в одно и то же время;
- Г) увеличение времени работы с обращениями граждан.

10. Главным координатором Программы «Электронная Россия» является:

- А) Министерство информационных технологий и связи РФ;
- Б) Министерство экономического развития и торговли РФ;
- В) Федеральное агентство по информационным технологиям;
- Г) Министерство по образованию и науке.

11. Какой государственный орган исполнительной власти Волгоградской области является уполномоченным на проведение государственной информационной политики:

- А) Министерство информации и связи;
- Б) Комитет информационной политики;
- В) Аппарат Губернатора Волгоградской области;
- Г) Комитет образования и науки.

12. Назовите главную цель долгосрочного развития Волгоградской области:

- А) повышение уровня и качества жизни населения области;
- Б) увеличение рождаемости и понижение смертности;
- В) повышение уровня иностранных инвестиций;
- Г) увеличение объемов промышленного производства.

13. Комплексная характеристика физического, психологического и социального состояния человека, основанная на его субъективном восприятии - это:

- А) уровень жизни;
- Б) удовлетворенность жизнью;
- В) благосостояние;
- Г) качество жизни.

14. Стоимостная величина достаточного для обеспечения нормального функционирования организма и сохранения его здоровья набора продуктов питания, непродовольственных товаров и минимального набора услуг - это:

- А) прожиточный минимум;
- Б) уровень жизни;
- В) качество жизни;
- Г) потребительская корзина

15. Система негосударственных отношений, дающая возможность человеку реализовать его гражданские права и выражающая разнообразные потребности и интересы человека - это:

- А) социальное государство;
- Б) гражданское общество;
- В) информационное общество;
- Г) политическое сообщество.

16. Процесс передачи информации от источника к получателю с целью изменить его знания, установки или поведение и достигнуть обоюдного понимания - это:

- А) коммуникация;
- Б) обратная связь;
- В) интеграция;
- Г) социализация.

17. Процесс упорядочивания элементов одного уровня в системе за счет внутренних факторов, без внешнего специфического воздействия - это :

- А) управление;
- Б) социальная регуляция;
- В) государственное регулирование;
- Г) самоорганизация.

18. Особый вид редакционной деятельности, связанный с продвижением периодического издания на рынок с целью удовлетворения информационных потребностей читателей - это:

- А) редакционно-издательский маркетинг;
- Б) редакционно-издательский промоушен;
- В) редакционно-издательский пиар;
- Г) редакционно-издательская реклама.

19. Совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена, посредством которых осуществляется реализация продукции СМИ – это:

- А) целевая аудитория;
- Б) медиарынок;
- В) маркетинг;
- Г) медиапродукт.

20. Бизнес-план – это:

- А) набор активов и инструментов для ведения бизнеса;
- Б) особый обобщающий документ, в котором содержится программа выполнения последовательности деловых операций;
- В) совокупность общих представлений и ценностей членов организации;

Г) основная цель организации.

Ключ: 1А; 2В; 3А; 4Б; 5А; 6В; 7Г; 8А; 9Б; 10А; 11Б; 12А; 13Г; 14А; 15Б; 16А; 17Г; 18А; 19Б; 20Б.

(на проверку умений)

21. Общественное мнение – это...

- а) совокупность общественных взглядов по определенному вопросу, полученных в результате опросов, на собраниях
- б) сумма индивидуальных мнений по тому или иному поводу
- в) результаты проведенного анкетирования или опроса
- г) сводные таблицы результатов социологического исследования

22. Суждения приобретают статус общественного мнения, если...

- а) распространены в Интернете
- б) обсуждаются в коллективе
- в) публично высказаны и распространены
- г) написаны на официальном бланке организации

23. При каком условии может быть успешным формирование общественного мнения?

- а) при условии определения аудитории потребителей
- б) при создании доброжелательной атмосферы рыночного взаимодействия
- в) при условии правильной подачи информации
- г) при условии поддержки этого мнения органами власти

24. Происхождение термина «общественное мнение» связано...

- а) с обсуждением разных вопросов жизни государства на городских площадях
- б) с призывом князя на престол для объявления мира или войны
- в) с появлением информационных бюллетеней
- г) с промышленной революцией

25. Кто в начале XX века впервые полно исследовал социальную значимость общественного мнения?

- а) Ю. Хабермас
- б) Л. Джордж
- в) У. Липпман
- г) П. Бурдьё

26. Деятельность специалистов ПР представляет собой комплекс координированных действий по формированию общественного мнения, направленных на то, чтобы...

- а) фирма могла утвердиться в деловом мире
- б) изменить мнение и поведение людей в свою пользу
- в) добиться превосходства над конкурентами
- г) увеличения прибыли фирмы

27. Функция общественного мнения, характеризующаяся тем, что общественность выносит решения по тем или иным проблемам социальной жизни?

- а) оценочная
- б) директивная

- в) консультативная
 - г) информационная
28. При проведении исследований в городе количество опрошиваемых должно составлять...
- а) 1-1,5% от общей численности населения
 - б) 5% от общей численности населения
 - в) 10% от общей численности населения
 - г) 50 % от общей численности населения
29. Мнение может быть:
- а) нейтральным
 - б) положительным
 - в) отсутствующим
 - г) верны абв
30. Какая из функций общественного мнения реализуется через оценку каналов выражения?
- а) оценочная
 - б) информационная
 - в) аналитическая
 - г) консультативная

Ключ: 21а, 22в, 23б, 24а, 25в, 26б, 27б, 28а, 29г, 30в

(на проверку навыка анализировать и систематизировать)

31. Сколько основных направлений содержит перечень типовых работ для работников служб ПР?
- а) 5
 - б) 6
 - в) 7
 - г) 10
32. Представлениями о чем должен обладать PR-man?
- а) о практике СМИ
 - б) об особенностях управления
 - в) о содержании основных правовых актов, регламентирующих деятельность организации
 - г) верны абв
33. С кем служба ПР осуществляет работу по оценке имиджа, товарного знака организации?
- а) с партнерами
 - б) с персоналом
 - в) с руководством
 - г) с администратором
34. Какое из направлений деятельности службы ПР не входит в работу с сотрудниками фирмы?
- а) разработка и выполнение фирменных стандартов
 - б) участие в подборе персонала
 - в) участие в отборе персонала
 - г) определение имиджа фирмы

35. Какой основной характеристикой можно описать имидж Волгоградского региона по мнению большинства местных жителей по итогам последних социологических исследований?

- а) индустриальный город
- б) город науки
- в) город цветов
- г) город-герой

36. В основе взаимодействия общества и власти лежит принцип...

- а) открытости
- б) коллективной ответственности
- в) взаимоуважения
- г) информационности

37. Почему «круглый стол» является одним из наиболее эффективных способов влияния на общественное мнение?

- а) т.к. в нем участвуют представители противоположных точек зрения
- б) т.к. коллективному выводу сознание доверяет больше
- в) т.к. в ходе обсуждения разными специалистами решается сразу несколько проблем
- г) т.к. обсуждение проводится за круглым столом

38. Решение о выборах депутатов ГосДумы нового созыва должно быть принято не позднее, чем...

- а) за 60 дней
- б) за 80 дней
- в) за 90 дней
- г) за 91 день

39. Днем голосования является...

- а) случайная дата
- б) первое воскресенье месяца
- в) дата, назначенная президентом
- г) первое января

40. Лоббирование – это...

- а) процесс влияния заинтересованных лиц на поставщиков с целью снижения оптовых цен
- б) процесс влияния коллектива на представителей профсоюза своей организации с целью получения отчета о потраченных руководством средствах
- в) процесс влияния заинтересованных лиц, групп на принятие решения властными структурами
- г) процесс организации заседаний, проводимых за круглым столом

Ключ: 31б, 32г, 33в, 34г, 35г, 36б, 37б, 38в, 39б, 40в

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-13	Умение вести кадровое делопроизводство и организовывать архивное	ПК-13.2.2.1	Способность применять навыки и методы сбора информации для выявления

	хранение кадровых документов в соответствии с действующими нормативно-правовыми актами, знанием основ кадровой статистики, владением навыками составления кадровой отчетности, а также навыками ознакомления сотрудников организации с кадровой документацией и действующими локальными нормативными актами, умение обеспечить защиту персональных данных сотрудников		потребности организации в PR-деятельности и формировать заказ на создание и продвижение рекламных продуктов
ПК-15	Владение навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, умением рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации	ПК-15.2.2.1	Способность применять навыки и методы сбора информации для выявления потребности организации в PR-деятельности и формировать заказ на создание и продвижение рекламных продуктов
ПК-19	Владение навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала	ПК-19.2.1.4	Способность применять навыки и методы сбора информации для выявления потребности организации в PR-деятельности и формировать заказ на создание и продвижение рекламных продуктов

ПК-13.2.2.1 Способность применять навыки и методы сбора информации для выявления потребности организации в PR-деятельности и формировать заказ на создание и продвижение рекламных продуктов	Знание основных теоретических положений: Сформировавшееся систематическое владение навыками по оцениванию уровня эффективности медиапланирования, рекламы.	Демонстрация знаний основных теоретических положений в полном объеме
	Умением оценивать уровня эффективности медиапланирования, рекламы.	Умение применять знания на практике в полной мере

	Методы оценки эффективности рекламных стратегий, навыками и методами сбора информации для выявления потребности рекламодателей и потребителей; функциональные обязанности персонала рекламного агентства, основные направления работы рекламного отдела	Свободное владение навыками анализа и систематизации в выбранной сфере
ПК-15.2.2.1 Способность применять навыки и методы сбора информации для выявления потребности организации в PR-деятельности и формировать заказ на создание и продвижение рекламных продуктов	Знание основных теоретических положений: Сформировавшееся систематическое владение навыками по оцениванию уровня эффективности медиапланирования, рекламы.	Демонстрация знаний основных теоретических положений в полном объеме
	Умением оценивать уровня эффективности медиапланирования, рекламы.	Умение применять знания на практике в полной мере
	Методы оценки эффективности рекламных стратегий, навыками и методами сбора информации для выявления потребности рекламодателей и потребителей; функциональные обязанности персонала рекламного агентства, основные направления работы рекламного отдела	Свободное владение навыками анализа и систематизации в выбранной сфере
ПК-19.2.1.4 Способность применять навыки и методы сбора информации для выявления потребности организации в PR-деятельности и формировать заказ на создание и продвижение рекламных продуктов	Знание основных теоретических положений: Сформировавшееся систематическое владение навыками по оцениванию уровня эффективности медиапланирования, рекламы.	Демонстрация знаний основных теоретических положений в полном объеме
	Умением оценивать уровня эффективности медиапланирования, рекламы.	Умение применять знания на практике в полной мере
	Методы оценки эффективности рекламных стратегий, навыками и методами сбора информации для выявления потребности рекламодателей и потребителей; функциональные обязанности персонала рекламного агентства, основные направления работы рекламного отдела	Свободное владение навыками анализа и систематизации в выбранной сфере

4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы к экзамену

1. Коммуникация: основные концепции (символический интеракционизм (Дж.Мид, Г.Блумер,), феноменологическая социология (А.Шютц), концепция коммуникативного действия Ю.Хабермаса и аутопойетическая теория Н.Лумана
2. Структура коммуникации: информационный, интерактивный, перцептивный аспекты
3. Информация: основные концепции (Н.Винер, У.Шрамм, Н.Луман)

4. Знак как носитель информации: понятие, типология. Знак, значение, смысл.
5. Язык как посредник в коммуникации. Понятие, функции.
6. Модель коммуникативного процесса (Г.Лассуэлл)
7. Модели коммуникативного процесса У.Шрамма: П.Лазерсфельда:
8. Отличительные черты концепции Б. Уэтли и М. Маклина
9. Конфигурации коммуникационных структур в организациях
10. «Обратная связь» как элемент коммуникативного процесса. Дебрифинг и развитие обратной связи
11. Барьеры коммуникации и пути их преодоления
12. Коммуникация как процесс: этапы и технологии
13. Массовая и межличностная коммуникация: основные отличительные особенности
14. Вербальная и невербальная коммуникация в организации
15. Формальная и неформальная коммуникация в организации
16. Основные направления коммуникации в организации
17. Субъектность актора как фактор, определяющий успешность коммуникации
18. Коммуникативная личность: понятие, основные элементы и типы коммуникативной личности
19. Коммуникативная компетентность менеджера
20. Коммуникативный саботаж и проблема диалога
21. Деловое совещание: технология организации и проведения
22. Переговоры: сущность, функции, модели, стратегии ведения
23. Краудсорсинг как сетевая технология организации взаимодействий
24. Нетворкинг – технология формирования личных и корпоративных

Шкала оценивания

Тестирование

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при письменном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при проведении тестирования, является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\%,$$

где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования;

В – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста;

О – общее количество вопросов в тесте.

Устный опрос

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проведении устного опроса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками анализа и систематизации финансовой информации в области государственных и муниципальных финансов.

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Демонстрация знаний основных теоретических положений в полном объеме. Умение применять знания на практике в полной мере. Свободное владение навыками анализа и систематизации в выбранной сфере.
89% - 75%	Демонстрация большей части знаний основных теоретических положений. Умение применять знания на практике, допуская при этом незначительные неточности. Владение основными навыками анализа и систематизации в выбранной сфере.
74% - 60%	Демонстрация достаточных знаний основных теоретических положений. Умение применять знания на практике, допуская при этом ошибки. Владение отдельными навыками анализа и систематизации в выбранной сфере.
менее 60%	Демонстрация отсутствия знаний основных теоретических положений. Не умеет применять знания на практике. Не владеет навыками анализа и систематизации в выбранной сфере.

Проверка реферата

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при проверке реферата во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проверке реферата является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.

4.4. Методические материалы

Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляются в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в ФГБОУ ВО «РАНХиГС» и регламентом о балльно-рейтинговой системе в Волгоградском институте Управления - филиале «РАНХиГС».

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

Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат является индивидуальной самостоятельно выполненной работой студента. Тему реферата студент выбирает из перечня тем, рекомендуемых преподавателем, ведущим соответствующую дисциплину. Реферат, как правило, должен содержать следующие структурные элементы: Титульный лист Содержание Введение Основная часть Заключение Список литературы Приложения (при необходимости).

Реферат является индивидуальной самостоятельно выполненной работой студента. Тему реферата студент выбирает из перечня тем, рекомендуемых преподавателем,

ведущим соответствующую дисциплину. Реферат, как правило, должен содержать следующие структурные элементы: Титульный лист Содержание Введение Основная часть Заключение Список литературы Приложения (при необходимости).

Требования к объему: не более 15 страниц. Оформление: Шрифт Times New Roman, 12 шрифт, 1,5 интервала, 1,5 см абзацный отступ. Оригинальность по системе Антиплагиат.ВУЗ – не менее 60 процентов.

Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины

Структура времени, необходимого на изучение дисциплины

Форма изучения дисциплины	Время, затрачиваемое на изучение дисциплины, %
Изучение литературы, рекомендованной в учебной программе	40
Решение задач, практических упражнений и ситуационных примеров	40
Изучение тем, выносимых на самостоятельное рассмотрение	20
Итого	100

Рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

Практическое (семинарское) занятие - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой коллективное обсуждение студентами теоретических и практических вопросов, решение практических задач под руководством преподавателя. Основной целью практического (семинарского) занятия является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента. На практических (семинарских) занятиях предполагается рассматривать наиболее важные, существенные, сложные вопросы которые, наиболее трудно усваиваются студентами. При этом готовиться к практическому (семинарскому) занятию всегда нужно заранее. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с планом занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;
- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение за консультацией к преподавателю.

Практические (семинарские) занятия включают в себя и специально подготовленные рефераты, выступления по какой-либо сложной или особо актуальной проблеме, решение задач. На практическом (семинарском) занятии студент проявляет свое

знание предмета, корректирует информацию, полученную в процессе лекционных и внеаудиторных занятий, формирует определенный образ в глазах преподавателя, получает навыки устной речи и культуры дискуссии, навыки практического решения задач.

Рекомендации по изучению методических материалов

Методические материалы по дисциплине позволяют студенту оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины. Методические материалы по дисциплине призваны помочь студенту понять специфику изучаемого материала, а в конечном итоге – максимально полно и качественно его освоить. В первую очередь студент должен осознать предназначение методических материалов: структуру, цели и задачи. Для этого он знакомится с преамбулой, оглавлением методических материалов, говоря иначе, осуществляет первичное знакомство с ним. В разделе, посвященном методическим рекомендациям по изучению дисциплины, приводятся советы по планированию и организации необходимого для изучения дисциплины времени, описание последовательности действий студента («сценарий изучения дисциплины»), рекомендации по работе с литературой, советы по подготовке к экзамену и разъяснения по поводу работы с тестовой системой курса и над домашними заданиями. В целом данные методические рекомендации способны облегчить изучение студентами дисциплины и помочь успешно сдать экзамен. В разделе, содержащем учебно-методические материалы дисциплины, содержание практических занятий по дисциплине, словарь основных терминов дисциплины.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Неотъемлемым элементом учебного процесса является самостоятельная работа студента. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной подготовки специалистов. Формы самостоятельной работы студентов по дисциплине: написание конспектов, подготовка ответов к вопросам, написание рефератов, решение задач, исследовательская работа, выполнение контрольной работы.

Задания для самостоятельной работы включают в себя комплекс аналитических заданий выполнение, которых, предполагает тщательное изучение научной и учебной литературы, периодических изданий, а также законодательных и нормативных документов предлагаемых в п.6.4 «Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине». Задания предоставляются на проверку в печатном виде.

Рекомендации по работе с литературой

При изучении курса учебной дисциплины особое внимание следует обратить на рекомендуемую основную и дополнительную литературу.

Важным элементом подготовки к семинару является глубокое изучение основной и дополнительной литературы, рекомендованной по теме занятия, а также первоисточников. При этом полезно прочитанную литературу законспектировать. Конспект должен отвечать трем требованиям: быть содержательным, по возможности кратким и правильно оформленным.

Содержательным его следует считать в том случае, если он передает все основные мысли авторов в целостном виде. Изложить текст кратко – это значит передать содержание книги, статьи в значительной мере своими словами. При этом следует

придерживаться правила - записывать мысль автора работы лишь после того, как она хорошо понята. В таком случае поставленная цель будет достигнута. Цитировать авторов изучаемых работ (с обязательной ссылкой на источник) следует в тех случаях, если надо записывать очень важное определение или положение, обобщающий вывод.

Важно и внешнее оформление конспекта. В его начале надо указать тему семинара, дату написания, названия литературных источников, которые будут законспектированы. Глубокая самостоятельная работа над ними обеспечит успешное усвоение изучаемой дисциплины.

Одним из важнейших средств серьезного овладения теорией является **конспектирование первоисточников**.

Для составления конспекта рекомендуется сначала прочитать работу целиком, чтобы уяснить ее общий смысл и содержание. При этом можно сделать пометки о ее структуре, об основных положениях, выводах, надо стараться отличать в тексте основное от второстепенного, выводы от аргументов и доказательств. Если есть непонятные слова, надо в энциклопедическом словаре найти, что это слово обозначает. Закончив чтение (параграфы, главы, статьи) надо задать себе вопросы такого рода: В чем главная мысль? Каковы основные звенья доказательства ее? Что вытекает из утверждений автора? Как это согласуется с тем, что уже знаете о прочитанном из других источников?

Ясность и отчетливость восприятия текста зависит от многого: от сосредоточенности студента, от техники чтения, от настойчивости, от яркости воображения, от техники фиксирования прочитанного, наконец, от эрудиции – общей и в конкретно рассматриваемой проблеме.

Результатом первоначального чтения должен быть простой **план текста и четкое представление о неясных местах**, отмеченных в книге. После предварительного ознакомления, при повторном чтении следует **выделить основные мысли автора** и их развитие в произведении, обратить внимание на обоснование отдельных положений, на методы и формы доказательства, наиболее яркие примеры. В ходе этой работы окончательно отбирается материал для записи и определяется ее вид: **план, тезисы, конспект**.

План это краткий, последовательный перечень основных мыслей автора. Запись прочитанного в виде тезисов – значит выявить и записать опорные мысли текста. Разница между планом и тезисами заключается в следующем: в плане мысль называется (ставь всегда вопрос: о чем говорится?), в тезисах – формулируется – (что именно об этом говорится?). Запись опорных мыслей текста важна, но полного представления о прочитанном на основании подобной записи не составишь. Важно осмыслить, как автор доказывает свою мысль, как убеждает в истинности своих выводов. Так возникает конспект. Форма записи, как мы уже отметили, усложняется в зависимости от целей работы: план – о чем?; тезисы – о чем? что именно?; конспект – о чем? что именно? как?

Конспект это краткое последовательное изложение содержания. Основу его составляет план, тезисы и выписки. Недостатки конспектирования: многословие, цитирование не основных, а связующих мыслей, стремление сохранить стилистическую связанность текста в ущерб его логической стройности. Приступать к конспектированию необходимо тогда, когда сложились навыки составления записи в виде развернутого подробного плана.

Форма записи при конспектировании требует особого внимания: важно, чтобы собственные утверждения, размышления над прочитанным, четко отделялись при записи. Разумнее выносить свои пометки на широкие поля, записывать на них дополнительные справочные данные, помогающие усвоению текста (дата события, упомянутого авторами; сведения о лице, названном в книге; точное содержание термина). Если конспектируется

текст внушительного объема, необходимо указывать страницы книги, которые охватывает та или иная часть конспекта.

Для удобства пользования своими записями важно озаглавить крупные части конспекта, подчеркивая **заголовки**. Следует помнить о назначении красной строки, стремиться к четкой графике записей - уступами, колонками. Излагать главные мысли автора и их систему аргументов - необходимо преимущественно своими словами, перерабатывая таким образом информацию, – так проходит уяснение ее сути. Мысль, фразы, понятия в контексте, могут приобрести более пространное изложение в записи. Но текст оригинала сворачивается, и студент, отрабатывая логическое мышление, учиться выделять главное и обобщать однотипные суждения, однородные факты. Кроме того, делая записи своими словами, обобщая, студент учится письменной речи.

Знание общей стратегии чтения, техники составления плана и тезисов определяет и технологию конспектирования

- Внимательно читать текст, попутно отмечая непонятные места, незнакомые термины и понятия. **Выписать на поля** значение отмеченных понятий.

- При первом чтении текста необходимо составить его **простой план**, последовательный перечень основных мыслей автора.

- При повторном чтении текста выделять **систему доказательств** основных положений работы автора.

- Заключительный этап работы с текстом состоит в осмыслении ранее отмеченных мест и их краткой последовательной записи.

- При конспектировании нужно стремиться **выразить мысль автора своими словами**, это помогает более глубокому усвоению текста.

- В рамках работы над первоисточником важен умелый **отбор цитат**. Необходимо учитывать, насколько ярко, оригинально, сжато изложена мысль. Цитировать необходимо те суждения, на которые впоследствии возможна ссылка как на авторитетное изложение мнения, вывода по тому или иному вопросу.

Конспектировать целесообразно не на отдельном листе, а в общей тетради на одной странице листа. Обратная сторона листа может быть использована для дополнений, необходимость которых выяснится в дальнейшем. При конспектировании литературы следует оставить широкие поля, чтобы записать на них план конспекта. Поля могут быть использованы также для записи своих замечаний, дополнений, вопросов. При выступлении на семинаре студент может пользоваться своим конспектом для цитирования первоисточника. Все участники занятия внимательно слушают выступления товарищей по группе, отмечают спорные или ошибочные положения в них, вносят поправки, представляют свои решения и обоснования обсуждаемых проблем.

В конце семинара, когда преподаватель занятия подводит итоги, студенты с учетом рекомендаций преподавателя и выступлений сокурсников, дополняют или исправляют свои конспекты.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1.Основная литература.

1.Горбатова Н. В. Организация работы отдела по связям с общественностью: учеб.пособие / Наталья Валентиновна Горбатова; ФГБОУ ВПО Рос. акад. народ. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сев.-Зап. ин-т. - СПб.:Изд-во СЗИ РАНХиГС, 2012- 112 с.

2. Вылегжанин, Д.А. Теория и практика PR. [Электронный ресурс] : Учебные пособия — Электрон.дан. — М. : ФЛИНТА, 2014,. — 371 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/51789> — Загл. с экрана.
3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2012. — 159 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю.

6.2. Дополнительная литература.

1. Лукаш, Ю.А. Эффективная кадровая политика как составляющая обеспечения безопасности и развития бизнеса. [Электронный ресурс] : Учебные пособия — Электрон.дан. — М. : ФЛИНТА, 2012,. — 201 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/20220> — Загл. с экрана.
2. Синяева, И.М. Реклама и связи с общественностью: учеб. для бакалавров. - М.: Юрайт, 2014. - 552 с.
3. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: учебник. - М.: Дело, 2014. – 533 с.
4. Шарков, Ф.И. Паблик рилейшнз: учебник . - М.: Дашков и К°, 2014. - 529 с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Синяева, И.М. Реклама и связи с общественностью: учеб. для бакалавров. - М.: Юрайт, 2014. - 552 с.
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2012. — 159 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю.

6.4. Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации. — М.: Б.и., 1993.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации
3. Федеральный закон от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

6.5. Интернет-ресурсы.

1. Официальный сайт Волгоградского регионального отделения Фонда социального страхования - volgrofss.ru
2. Официальный сайт Государственной Думы РФ - duma.gov.ru
3. Официальный сайт Министерства финансов РФ - minfin.ru
4. Официальный сайт Пенсионного фонда России - pfrf.ru
5. Официальный сайт Правительства Волгоградской области - volganet.ru
6. Официальный сайт Правительства РФ - правительство.рф
7. Официальный сайт Совета Федерации - council.gov.ru
8. Официальный сайт Управления Федерального Казначейства по Волгоградской области - volgograd.roskazna.ru

6.6. Иные источники

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью;
- компьютерные классы, оснащенные современными компьютерами с выходом в Интернет.

Дисциплина должна быть поддержана соответствующими лицензионными программными продуктами.

Программные средства обеспечения учебного процесса должны включать:

- операционную систему Windows;
- программы презентационной графики;
- текстовые редакторы;
- графические редакторы.

Вуз обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, обеспечивает выход в сеть Интернет.

Материально-техническое обеспечение дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов включает в себя следующее:

- учебные аудитории оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для обучающихся с различными видами ограничений здоровья;
- учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор), мультимедийной системой. Для обучения лиц с нарушениями слуха используются мультимедийные средства и другие технические средства для приема-передачи учебной информации в доступных формах;
- для слабовидящих обучающихся в лекционных и учебных аудиториях предусмотрен просмотр удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата в лекционных и учебных аудиториях предусмотрены специально оборудованные рабочие места;
- для контактной и самостоятельной работы используется мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся.

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды, в отличие от остальных, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала, выполнения промежуточных и итоговых форм контроля знаний. Они обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами (программы, учебники, учебные пособия, материалы для самостоятельной работы и т. д.) 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, с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.