

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

СОГЛАСОВАНО
Директор института заочного
образования

/ С.Е. Спесивцева
« 31 » марта 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор института

« 31 » марта 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Внешний и внутренний PR

направление подготовки (специальность):

38.03.03 Управление персоналом

Направленность программы (профиль, специализация):

38.03.03-01 Управление персоналом организации

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очно-заочная

Институт экономики и менеджмента

Кафедра социологии и управления

Белгород 2021

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 955;
- учебного плана, утвержденного Ученым советом БГТУ им. В.Г. Шухова в 2021 году.

Составитель: канд.соц.наук, доц.

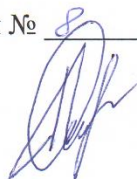


Ю.В. Астахов

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры социологии и управления

« 26 » марта 2021 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой: канд.соц.наук, доц.



В.Ш. Гузаиров

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой социологии и управления

Заведующий кафедрой: канд.соц.наук, доц.



В.Ш. Гузаиров

« 26 » марта 2021 г.

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

« 30 » марта 2021 г., протокол № 7

Председатель канд.экон.наук, доц.



Л.И. Журавлева

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Категория (группа) компетенций | Код и наименование компетенций | Код и наименование индикатора достижения компетенций | Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине |
|--------------------------------|---|---|---|
| Командная работа и лидерство | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.8. Осуществляет планирование PR-компаний для внешних и внутренних целевых групп общественности, управляет коммуникационной политикой, разрабатывает программы проведения мероприятий по связям с общественностью | <p>1. В результате освоения дисциплины, обучающийся должен знать основные закономерности возникновения и развития PR, (паблик – рилейшиз). Знать способы учета общественного мнения. Знать методы изложения и интерпретации знаний, связанных с внешними и внутренними коммуникациями в организации.</p> <p>2. Уметь эффективно использовать основные понятия и определения PR. Уметь определять эффективность рекламы как формы массовой коммуникации. Уметь использовать основополагающие принципы PR.</p> <p>3. Владеть навыками организации и проведения PR-компаний. Владеть навыками теоретических основ системы управления PR. Владеть навыками воздействия PR на общественное</p> |

| | | | |
|--|--|--|----------------|
| | | | мнение. |
|--|--|--|----------------|

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами:

| Стадия | Наименование дисциплины (модуля) |
|--------|--------------------------------------|
| 1 | Социология |
| 2 | Лидерство и управление командой |
| 3 | Корпоративная культура |
| 4 | Управление общественными отношениями |

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов.

Форма промежуточной аттестации – зачет

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестр № 7 |
|---|-------------|-------------|
| Общая трудоемкость дисциплины, час | 108 | 108 |
| Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.: | 29 | 29 |
| лекции | 18 | 18 |
| лабораторные | - | - |
| практические | 9 | 9 |
| Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе: | 79 | 79 |
| Курсовой проект | | |
| Курсовая работа | | |
| Расчетно-графическое задания | | |
| Индивидуальное домашнее задание | 10 | 10 |
| <i>Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические и лабораторные занятия)</i> | 79 | 79 |
| Форма промежуточная аттестация (зачет, экзамен) | зачет | зачет |

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Наименование тем, их содержание и объем

Курс 4 Семестр 7

| № п/п | Наименование раздела (краткое содержание) | Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час | | | |
|--|--|---|----------------------|----------------------|------------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные занятия | Самостоятельная работа |
| 1. Возникновение и развитие внешнего и внутреннего PR | | | | | |
| | PR – основные понятия и определения. PR: эволюция, научные основы, сущность. Цели и основы PR. Формирование общественного мнения в необходимом направлении. Роль коммуникаций как внешних, так и внутренних в организации. PR как функция менеджмента. | 4 | 2 | | 7,5 |
| 2. Принципы и функции PR. | | | | | |
| | Основополагающие принципы PR. Контроль поведения и общественного мнения для удовлетворения потребностей и интересов организации. Реагирование на проблемы, выявленные общественностью. Налаживание взаимовыгодных отношений между различными группами общественности. Роль внутренних и внешних функций PR, реализуемых отдельными направлениями организации работы персонала. | 2 | 2 | | 7,5 |
| 3. История и развитие PR. | | | | | |
| | 1. Предпосылки PR с Античного мира. 1. Античное красноречие (риторика) 2. Религиозная коммуникация. 3. Судебная риторика. 4. Парламентская речь. 5. Реклама и пропаганда. 6. Литературная коммуникация. 7. Собственно PR. Развитие и внедрение PR в Европе. Роль России в истории развития PR как науки об установлении социальных связей. 2. Четыре периода развития PR в России: Зарождение; Стадия роста и становления; Активное развитие российских PR; Формирование собственного рынка PR. Проблемы, связанные с развитием PR в России. | 2 | 2 | | 7,5 |
| 4. Правовые основы PR-деятельности. | | | | | |
| | Система права, регулирующая PR-деятельность. Информационные отношения. Виды операций с информацией. Роль договорных отношений (договор) в работе PR-специалистов в партнерами. | 4 | 2 | | 7,5 |
| 5. Технологии PR | | | | | |
| | Коммуникативные технологии достижения взаимопонимания между различными общественными группами. Технологии и содержание PR в условиях социального окружения | 4 | 2 | | 7,5 |

| | | | | |
|--|----|---|--|-----|
| организаций. Основные потенциальные адресаты PR: 1. Рыночная среда; 2. Органы власти; 3. Социальные организации; 4. Средства массовой информации (СМИ); 5. Население; 6. Персонал организации. Приоритетные группы общественности в поле деятельности PR. | | | | |
| 6. Корпоративная культура и фирменный стиль. | | | | |
| Корпоративный стиль. Управление корпоративной идентичностью. Корпоративная миссия. Корпоративная идентичность. Корпоративный имидж. Роль фирменного стиля в создании имиджа организации. | 2 | 2 | | 7,5 |
| 7. Благотворительность, патронаж и спонсорство. | | | | |
| Организационные формы финансового сотрудничества организации. Роль спонсорства, патронажа и благотворительности в рамках PR. | 2 | 2 | | 7,5 |
| 8. Организация, управление и эффективность PR. | | | | |
| Организация и управление PR. Роль внешнего и внутреннего PR в процессе управления. Управленческий процесс и этапы его развития. Роль коммуникативных процессов в реализации планирования, организации, координации и контроля. Факторы, влияющие на выбор типа организации PR-деятельности. | 4 | 2 | | 7,5 |
| 9. Планирование PR. | | | | |
| Планирование PR как процесс органического синтеза перспективного и оперативного планирования общественных связей. Программа PR и ее основные этапы. Бюджет и основные направления затрат. Координация и сопряжение различных целевых групп. Реализация программы. | 2 | 2 | | 7,5 |
| 10. Инструментарий связей с общественностью. | | | | |
| Информационный ресурс и механизм функционирования СМИ. Система массовой коммуникации в контексте социально значимых сообщений между людьми. Информационное воздействие, распространение и использование информационных ресурсов. Три подхода к определению сущности информационного ресурса. | 2 | 2 | | 7,5 |
| 11. Внешний и внутренний PR в системе управления персоналом. | | | | |
| Структура PR – подразделения в организации. Организационное обеспечение согласия внешней и внутренней политики. Служба связей с общественностью и ее структура в системе управления персоналом. | 2 | 2 | | 7,5 |
| 12. Основные направления деятельности и связей с общественностью в управлении персоналом. | | | | |
| Работа в организации с персоналом PR. Внешние и внутренние потоки PR (коммуникации) «сверху» и «снизу». Электронная почта, корпоративной сайт, доска объявлений и информации, внутренние радио и телевидение, корпоративные издания, корпоративный музей, корпоративные праздники, информация по социальным вопросам – необходимый атрибут PR. | 4 | 2 | | 7,5 |
| ВСЕГО | 18 | 9 | | 79 |

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Тема практического (семинарского) занятия | Кол-во часов | Кол-во часов СРС |
|-------------|--|--|--------------|------------------|
| семестр № 7 | | | | |
| 1 | Возникновение и развитие внешнего и внутреннего PR | PR: эволюция, научные основы, сущность. Цели и основы PR. Формирование общественного мнения в необходимом направлении. Роль коммуникаций как внешних, так и внутренних в организации. PR как функция менеджмента. | 2 | 6 |
| 2 | Принципы и функции PR | Основополагающие принципы PR. Контроль поведения и общественного мнения для удовлетворения потребностей и интересов организации. Реагирование на проблемы, выявленные общественностью. Налаживание взаимовыгодных отношений между различными группами общественности. Роль внутренних и внешних функций PR, реализуемых отдельными направлениями организации работы персонала. | 2 | 6 |
| 3 | История и развитие PR. | Античный мир и предпосылки развития PR. Развитие и внедрение PR в Европе. Роль России в истории развития PR как науки об установлении социальных связей. Четыре периода развития PR в России: Формирование собственного рынка PR. | 2 | 6 |
| 4 | Правовые основы PR-деятельности | Система права, регулирующая PR-деятельность. Информационные отношения. Виды операций с информацией. Роль договорных отношений (договор) в работе PR-специалистов в партнерами. | 1 | 10 |
| 5 | Технологии PR | Коммуникативные технологии достижения взаимопонимания между различными общественными группами. Технологии и содержание PR в условиях социального окружения организаций. Основные потенциальные адресаты PR | 2 | 10 |
| 6 | Корпоративная культура и фирменный стиль | Корпоративный стиль. Управление корпоративной идентичностью. Корпоративная миссия. Корпоративная идентичность. Корпоративный имидж. Роль фирменного стиля в создании имиджа организации. | 1 | 10 |

| | | | | |
|--------|---|--|----|----|
| 7 | Благотворительность, патронаж и спонсорство | Организационные формы финансового сотрудничества организации. Роль спонсорства, патронажа и благотворительности в рамках PR. | 1 | 10 |
| 8 | Организация, управление и эффективность PR | Организация и управление PR. Роль внешнего и внутреннего PR в процессе управления. Управленческий процесс и этапы его развития. Роль коммуникативных процессов в реализации планирования, организации, координации и контроля. Факторы, влияющие на выбор типа организации PR-деятельности. | 2 | 6 |
| 9 | Планирование PR | Планирование PR как процесс органического синтеза перспективного и оперативного планирования общественных связей. Программа PR и ее основные этапы. Бюджет и основные направления затрат. Координация и сопряжение различных целевых групп. | 2 | 6 |
| 10 | Инструментарий связей с общественностью | Информационный ресурс и механизм функционирования СМИ. Система массовой коммуникации в контексте социально значимых сообщений между людьми. Информационное воздействие, распространение и использование информационных ресурсов. Три подхода к определению сущности информационного ресурса. | 1 | 10 |
| 11 | Внешний и внутренний PR в системе управления персоналом | Структура PR – подразделения в организации. Организационное обеспечение согласия внешней и внутренней политики. Служба связей с общественностью и ее структура в системе управления персоналом | 2 | 6 |
| ИТОГО: | | | 17 | 45 |

4.3. Содержание лабораторных занятий

Не предусмотрено учебным планом

4.4. Содержание курсовых проектов

Не предусмотрено учебным планом

4.5. Перечень индивидуальных домашних заданий

1. Роль корпоративных социальных программ в управлении внешним и внутренним PR.
2. «Паблик-релейшнз» как функция управления.
3. Суть коммуникаций в обмене информацией между двумя и более людьми.

4. Внешние и внутренние коммуникации в организации.
5. Три основные функции в публичных отношениях.
6. Основные периоды развития PR.
7. Корпоративная культура и ее роль в PR-деятельности.
8. Организационно-финансовое сотрудничество организаций с социально-культурной сферой.
9. Организация и управление PR.
10. PR как функция менеджмента.
11. Специфика PR-агентства в России и за рубежом: сходства и отличия.
12. Стратегический подход к управлению PR.
13. Факторы, влияющие на выбор типа организации PR-деятельности.
14. Основные принципы формирования организационной структуры управления PR в организации.
15. Планирование PR. Виды планов.
16. Анализ и оценка эффективности PR.
17. Инструментарий связей с общественностью.
18. Роль массовых коммуникаций в системе взаимосвязей между людьми.
19. Три подхода к определению сущности информационного ресурса.
20. Внутренний и внешний PR в системе управления персоналом.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенций

1. Компетенция УК3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

| Наименование индикатора достижения компетенций | Индивидуальные средства оценивания |
|---|--|
| УК-3.8. осуществляет планирование PR – компаний для внешних и внутренних целевых групп общественности, управляет коммуникационной политикой, разрабатывает программы проведения мероприятий по связям с общественностью | Зачет, тестовый контроль, устный опрос |

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации Примерные варианты тестовых заданий

5.3 Типовые контрольные задания для текущего контроля в семестре

1. Основные принципы PR можно сформулировать следующим образом:

- PR – это профессия для оказания услуг;
- PR – это профессия, в которой главное место занимает не собственная выгода, а интересы общественности;
- PR – это способность удовлетворения общественных интересов и их выполнения;
- PR – это позиция между организацией и окружающей ее общественностью;
- PR – это средство управления, способствующая налаживанию или поддержке взаимовыгодных связей между организацией и общественностью, от которой зависит ее успех или неудача.

2. Паблик рилейшнз реализует основные функции:

- контроль поведения и мнения общественности для удовлетворения потребностей и интересов непосредственно организации, которую представляют PR-мены;
- налаживание взаимовыгодных отношений между всеми группами общественности;
- реагирование на общественность, т.е. когда организация стремится угодить той группе общественности, от которой зависит ее судьба;
- плодотворной и полезной модели компромисса рассматривает целевые группы общественности как партнеры организации.

3. Различия внутренних и внешних функций PR – это:

- принципы, которые защищают важнейшие человеческие желания;

- установление внутренних достижений эффективности работы фирмы (организации), где объектом воздействия PR-специалистов выступают, собственно, компания и ее персонал;
- использование внешних связей за пределами фирмы (организации), где объектом воздействия являются потребители услуг и товаров;
- целенаправленная деятельность, ориентированная на изучение общественного мнения различных групп населения.

4. Виды убеждающей коммуникации – это:

- античное красноречие (риторика);
- религиозная коммуникация;
- судебная риторика;
- парламентская речь;
- реклама и пропаганда;
- литературная коммуникация;
- собственно PR;
- идеологическая коммуникация.

5. Периоды развития PR:

- зарождение;
- стадия роста и становления;
- активное развитие зарубежных PR;
- активное развитие российских PR;
- формирование собственного рынка PR;
- развитие правовой базы;
- развитие гражданского общества.

6. Маркетинговые коммуникации – это:

- средства любых объектов материального и духовного мира;
- общение, передача информации, обмен информацией в обществе;
- обмен знаниями, идеями, фактами, образами, целями, эмоциями и ценностями;
- комплексная деятельность по производству и сбыту продукции, направленная на удовлетворение платежных потребностей;
- обмен информацией;
- рекламный элемент;
- элемент стимулирования продаж.

7. Анализ и оценка эффективности PR – это:

- увеличение масштабов PR-деятельности;
- подъем PR-деятельности на более высокий профессиональный уровень;
- желание топ-менеджеров получить отдачу от затраченных ресурсов;
- стимул работать лучше;
- механизм развития отношений в PR-деятельности.

5.2.1 Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание вопросов (типовых заданий) |
|-------|---|---|
| 1 | Сущность, цели и основы PR | <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие определения PR можете привести? 2. В чем заключается главная цель PR? 3. Какие задачи решает PR? 4. Назовите основные этапы становления PR в США и в Европе. 5. Назовите основные этапы становления PR в России. |
| 2 | Технологии PR | <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается социальная среда организации? 2. В какой формуле содержится основа структуры PR? 3. Роль социального окружения организации в процессе ее деятельности. 4. Охарактеризуйте основные потенциальные адресаты PR. 5. Перечислите принципы PR. 6. Перечислите функции PR. |
| 3 | Корпоративная культура и фирменный стиль | <ol style="list-style-type: none"> 1. Раскройте суть корпоративной культуры. 2. В чем заключается управление корпоративной идентичностью? 3. Какова роль фирменного стиля в корпоративной культуре? 4. Охарактеризуйте фирменный стиль в создании имиджа организации. |
| 4 | Благотворительность, патронаж и спонсорство | <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается организационно-финансовое сотрудничество организации с социально культурной сферой? 2. Охарактеризуйте роль сферы спонсирования в PR 3. В чем заключается специфика благотворительности в рамках PR? 4. Каковы особенности патронажа в рамках PR? 5. Что такое социальная среда организации? |
| 5 | Организация, управление и эффективность PR | <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается организация и управление PR? 2. Раскройте суть процесса управления PR-деятельностью. 3. Обоснуйте роль и отличие между внешней и внутренней PR-деятельностью в организации. 4. На какие вопросы отвечает менеджмент PR? 5. Какими факторами обусловлена необходимость проведения экономической оценки PR-деятельности? |
| 6 | Информационный ресурс и механизм функционирования СМИ | <ol style="list-style-type: none"> 1. Перечислите виды инструментария связи с общественностью. 2. В чем заключается глобальная трансформация индустриального общества в контексте информационно-коммуникативного сопровождения? 3. Раскройте суть места и роли коммуникаций в развитии общества. 4. В чем заключается сущность информационного ресурса? 5. Обоснуйте СМИ как особый вид массовой коммуникации. |
| 7 | Практика общественного | <ol style="list-style-type: none"> 1. Обоснуйте роль корпоративных средств массовой информации как формы периодического распространения |

| | | |
|---|--|---|
| | взаимодействия корпораций | <p>социальной информации.</p> <p>2. Определите понятие массовой коммуникации в информационном обществе.</p> <p>3. В чем заключается смысл общественного взаимодействия корпораций?</p> <p>4. Перечислите функции СМИ применительно к внешнему и внутреннему PR.</p> <p>5. Обоснуйте приоритетные инструменты связей с общественностью.</p> |
| 8 | PR в системе управления персоналом | <p>1. Проанализируйте структуры PR-подразделения в организации.</p> <p>2. Обозначьте роль службы связей с общественностью в реализации внешнего и внутреннего PR.</p> <p>3. Перечислите основополагающие задачи, стоящие перед PR в системе управления персоналом.</p> <p>4. Раскройте ключевое направление структур PR, обеспечивающих развитие и поддержание связей с органами государственной власти и управления.</p> <p>5. В чем заключаются различия и сходства в работе PR-специалистов и пресс-секретаря организации?</p> |
| 9 | Основные направления деятельности и связей с общественностью в управлении персоналом | <p>1. Охарактеризуйте задачи, стоящие перед внутренним PR, необходимыми для построения широкой системы внутренних коммуникаций.</p> <p>2. В чем заключаются и отличаются этапы работы с системой внутренних коммуникаций?</p> <p>3. Какие функции осуществляются в рамках ключевого направления деятельности PR-служб?</p> <p>4. В чем заключаются основные направления PR-деятельности в рамках управления персоналом?</p> <p>5. Что относится к системе внутренних и внешних коммуникаций организации, и каковы основные этапы работы с системой внутренних коммуникаций?</p> |

5.2.2 Перечень контрольных материалов для защиты КП/КР не предусмотрено учебным планом

При промежуточной аттестации в форме зачета используется следующая шкала оценивания: зачтено, не зачтено.

Критериями оценивания достижения показателей являются:

| Наименование показателя, результата обучения по дисциплине | Критерий оценивания |
|--|--|
| Знания | <p>1. Знания сущности, цели и основ PR.</p> <p>2. Знания понятия и сущности функций менеджмента.</p> <p>3. Четкость изложения и интерпретация знаний, связанных с внешними и внутренними коммуникациями в организации.</p> <p>4. Объем освоенного материала.</p> <p>5. Полнота ответов на вопросы.</p> |
| Умения | <p>1. Умение ориентироваться и использовать в профессиональной деятельности функций менеджмента.</p> |

| | |
|--------|---|
| | <p>2. Возможность использовать умения, связанные со способностью формирования общественного мнения в необходимом направлении.</p> <p>3. Умение владеть способностью контроля поведением, мнением, информированностью и настроением персонала.</p> <p>4. Умение использовать основополагающие принципы PR.</p> |
| Навыки | <p>1. Владеть навыками установления и поддержания двухстороннего общения между организацией и общественностью.</p> <p>2. Умение владеть навыками воздействия PR на общественное мнение или определенной ее части.</p> <p>3. Владеть навыками теоретических основ системы управления PR.</p> |

Оценка преподавателем выставляется интегрально, с учетом показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателям знания

| Критерий | Уровень освоения оценки | |
|--|--|--|
| | Не зачтено | Зачтено |
| Знание основных теоретических терминов, определение понятий внешнего и внутреннего PR | Не знает основных теоретических терминов, определение понятий внешнего и внутреннего PR | Знает термины, определения, при этом может допускать неточности формулировок |
| Знание основных аспектов корпоративной и социальной политики, культуры, закономерностей, соотношений и принципов | Не знает основных аспектов корпоративной и социальной политики, культуры, закономерностей, соотношений и принципов построения знаний | Владеет знаниями основных аспектов корпоративной и социальной политики, культуры, закономерностей, соотношений и принципов |
| Объем освоенного материала | Не знает значительной части материала дисциплины | Знает материал дисциплины в достаточном объеме, однако, возможно усвоил не все его детали. |
| Полнота ответов на вопросы | Не дает ответа на большинство вопросов | Дает ответы на вопросы, но не полные |

Оценка сформированности компетенций по показателям умения

| Критерий | Уровень освоения оценки | |
|---|---|-------------------------------------|
| | Не зачтено | Зачтено |
| Умение ориентироваться и использовать в | Не умеет ориентироваться и использовать в | Хорошо ориентируется и использует в |

| | | |
|---|--|---|
| профессиональной деятельности понятий внешнего и внутреннего PR | профессиональной деятельности понятий внешнего и внутреннего PR | профессиональной деятельности понятий внешнего и внутреннего PR |
| Возможность использовать умения, связанные с управлением корпоративной культурой и социальной политикой, закономерности, соотношения и принципы | Не умеет использовать умения, связанные с управлением корпоративной культурой и социальной политикой | На достаточно приемлемом уровне умеет использовать технологии, связанные с управлением корпоративной культурой |
| Умение владеть способностью к анализу, моделированию технологий управления общественными отношениями | Не умеет владеть способностью к анализу, моделированию технологий управления общественными отношениями | Владеет способностью к анализу, моделированию технологий управления общественными отношениями, хотя возможны и некоторые неточности |

Оценка сформированности компетенций по показателям навыки

| Критерий | Уровень освоения оценки | |
|--|---|--|
| | Не зачтено | Зачтено |
| Владеть навыками применения в профессиональной деятельности технологий внешнего и внутреннего PR | Не владеет навыками применения в профессиональной деятельности технологий внешнего и внутреннего PR | Владеет навыками применения в профессиональной деятельности технологий внешнего и внутреннего PR |
| Владеет навыками постановки цели и выбора путей ее достижения | Не владеет постановки цели и выбора путей ее достижения | На достаточно приемлемом уровне излагает основные цели и выбор путей, связанных с ее достижением |
| Владеет навыками теоретических основ сущности социальной политики | Не знает теоретических основ сущности социальной политики | Владеет навыками, связанными с теоретическими основами сущности социальной политики |

6.1 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ и УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

| № | Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы |
|----|---|---|
| 1. | Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и | Лекционные занятия- поточная аудитория, оснащенная меловой |

| | | |
|----|---|---|
| | индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (аудитории:УК1 1, УК1 2,ГУК 320, ГУК 319) | доской и специализированной мебелью. Практические (семинарские) знания- оснащение меловой доской, специализированной мебелью, комплексом презентационного оборудования: ноутбук Lenovo G50-30 (Intel Celeron N240); Мультимедийный проектор Acer XD1280D; переносной экран, с предустановленными лицензионным программным обеспечением: Microsoft Office 2013(№31401445414), Microsoft Windows 7(№63-14к), Kaspersky Endpoint Security 10 (№17E0170707130320867250) |
| 2. | Учебная аудитория для самостоятельной работы(аудитория ГУК 318) | Самостоятельная работа студентов обеспечивается научной, учебной, учебно-методической литературой в методическом кабинете кафедры социологии и управления ГУК №318, научно-технической библиотеке БГТУ им. В.Г. Шухова, с предоставлением рабочих мест, оборудованных персональными компьютерами, подключенными к сети Интернет и имеющих доступ электронной информационно – образовательной среде университета. Самостоятельная работа студентов обеспечивается участием в программах Microsoft DreamSpark/Imagine (№52031/МОС2793) и Office 365 (E04002C51M) с возможностью бесплатной загрузки лицензионного программного обеспечения. |
| 3. | Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы | Специальная мебель, компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» и имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду |

6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

| № | Перечень лицензионного программного обеспечения. | Реквизиты подтверждающего документа |
|----|--|-------------------------------------|
| 1. | Microsoft Windows 7 | №63-14к |
| 2. | Microsoft Office 2013 | №31401445414 |
| 3. | Kaspersky Endpoint Security 10 | №17E0170707130320867250 |
| 4. | Microsoft DreamSpark/Imagine | №52031/МОС 2793 |
| 5. | Office 365 | E04002C51M |

6.3 Перечень учебных изданий

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации
2. Федеральный закон «О государственной гражданской службе в Российской Федерации».
3. Федеральный закон «О муниципальной службе в Российской Федерации».
4. Федеральный закон «О рекламе».
5. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

Учебники и учебные пособия

1. Василенко И.А. Государственное и муниципальное управление: учебник для бакалавров/ И.А. Василенко. - М.: Изд-во «Юрийт», 2013.- Глава 13 «в связи с общественностью в государственных организациях». – С.431-477.
2. Гладкова А.А. Современные технологии в стратегии развития городской среды// Муниципальный журнал «Управление городом: теория и практика». – 2019.- №1 (32).- С.86-93.
3. Синяева И.М. Паблик рилейшинз. Толковый словарь/И.М. Синяева.- М.: Дашков и К, 2013.
4. Муниципальная информационная система «активный горожанин». Сайт администрации городского округа «Город Белгород».
5. Шарков Ф.И. Паблик рилейшинз, учебник/Ф.И. Шарков.- М.: Дашков и К, 2013.-330с.
6. Баранов Д.Е. PR. Теория и практика: учебник/Д.Е. Баранов.-М: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013.-353с.
7. Бердников И.П. PR –коммуникации: учебное пособие/И.П. Бердников.- М.: Дашков и К, 2012.-208с.
8. Грачев А.С. PR – служба компании: учебное пособие/А.С. Грачев М.6 Дашков и К, 2012.-160с.
9. Китчен Ф. Паблик рилейшинз. Принципы и практика: учебное пособие/Ф. Китчен. - М.: ЮНИТИ-ДАНА,2012.
- 10.Шестаков Ю.А. История рекламы: учебное пособие. М.РИОР ИНФРА – М., 2016.

6.4 Перечень интернет-ресурсов

1. <http://www.constitution.ru>
2. <http://www.garant.ru>
3. <http://www.consultant.ru>
4. <http://www.elibrari.ru>

5. <http://www.iprbooksshop.ru>