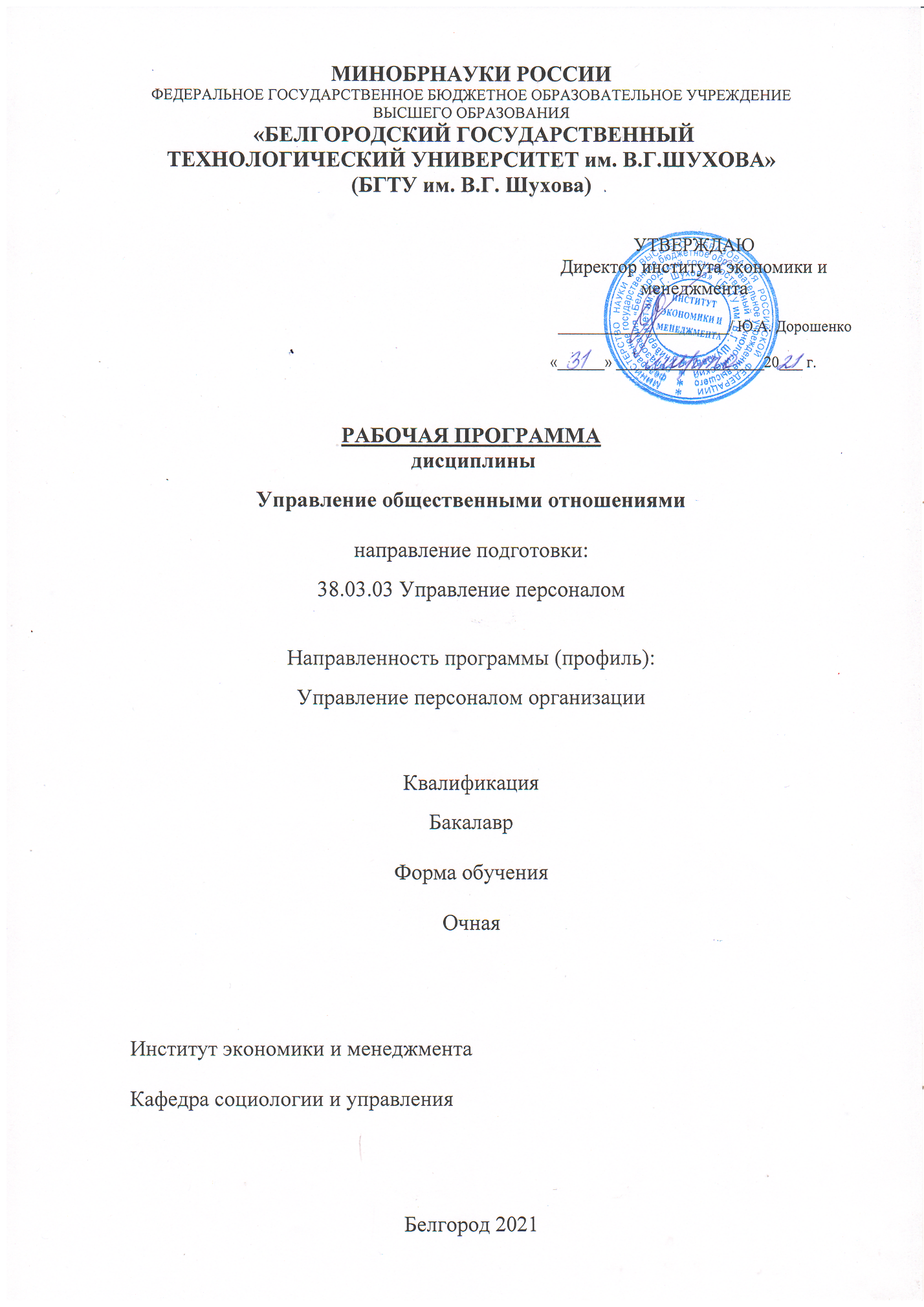
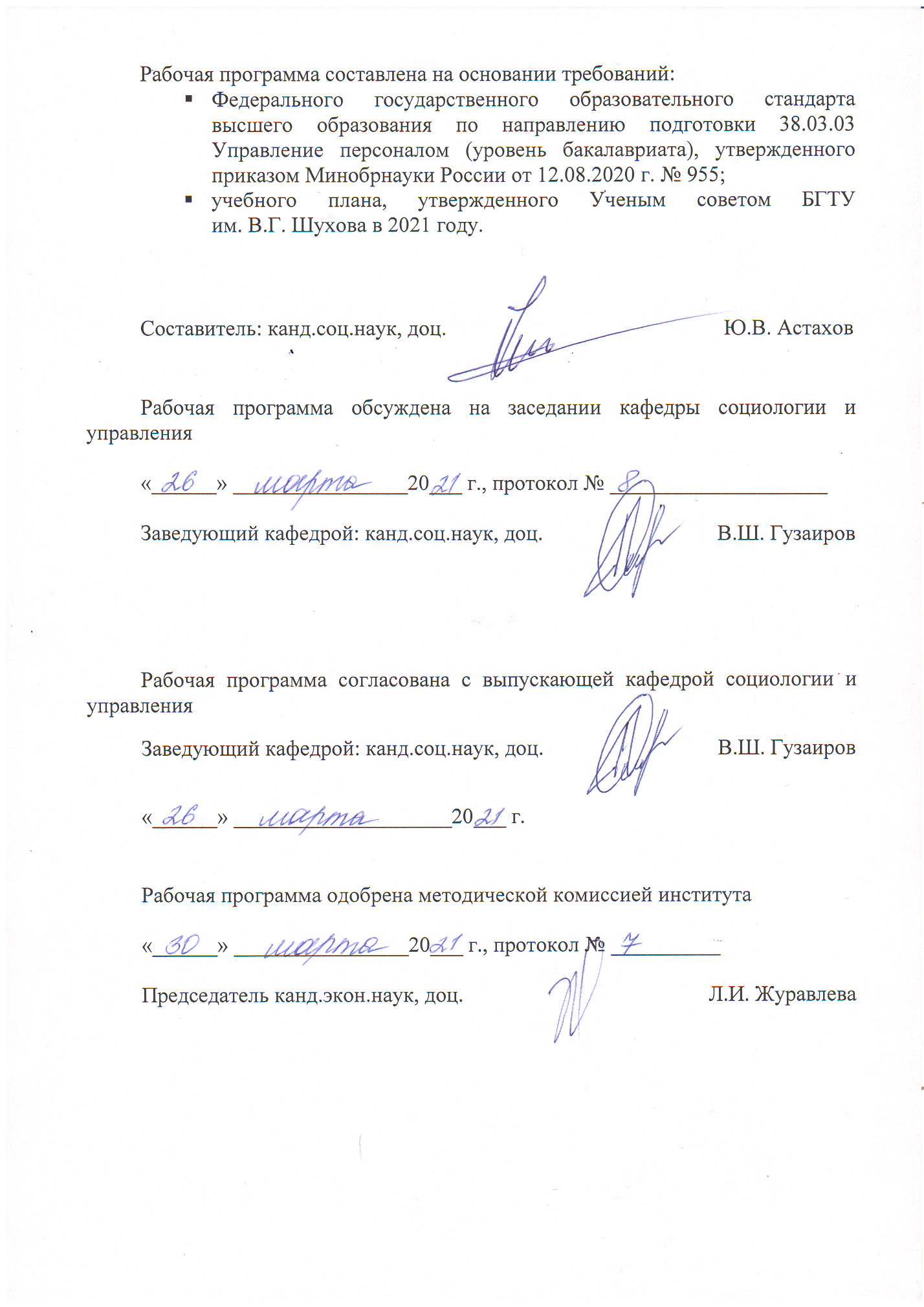
**** 

**1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Категория (группа) компетенций | Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине |
| Командная работа и лидерство | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.7. Осуществляет взаимодействие с общественностью, применяет средства, методы и технологии формирования общественного мнения, имиджа и репутации  организации в системе управления общественными отношениями, проводит исследования в сфере общественных отношений | 1.В результате освоения дисциплины, обучающийся должен знать теорию в области умения налаживать контакт с людьми.  Знать способы учета общественного мнения.  Знать методы и способы взаимодействия с общественностью.  2.Уметь ориентироваться в основных закономерностях формирования общественного мнения.  Уметь определять эффективность пользования информационными ресурсами СМИ.  Уметь ориентироваться в области применения средств, методов и технологий формирования общественного мнения.  3.Владеть навыками в области проведения социологических исследований и изучения общественного мнения.  Владеть навыками в области теоретических основ в сфере общественных отношений.  Владеть навыками в применении технологий управления общественными отношениями. |

1. **МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ   
   ПРОГРАММЫ**
2. Компетенция 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 |

1. **ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид учебной работы | Всего  часов | Семестр  № 8 |
| Общая трудоемкость дисциплины, час | 108 | 108 |
| **Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:** | 54 | 54 |
| лекции | 34 | 34 |
| лабораторные | - | - |
| практические | 17 | 17 |
| **Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:** | 54 | 54 |
| Курсовой проект |  |  |
| Курсовая работа |  |  |
| Расчетно-графическое задания |  |  |
| Индивидуальное домашнее задание | 9 | 9 |
| *Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические и лабораторные занятия)* | 45 | 45 |
| Форма промежуточная аттестация  (зачет, экзамен) | зачет | зачет |

1. **СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**
   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 и др. занятия** | | **Лабораторные занятия** | **Самостоятельная работа** |
| 1. **Возникновение и развитие управления общественными отношениями** | | | | | | | |
| 1. **PR – основные понятия и определения.** | | | | | | | |
| Основные и профессиональные термины понятия PR. Определение PR. Назначение PR в современном российском обществе. Сфера и основные средства деятельности PR. | | 4 | | 2 | - | | 6 |
| 1. **PR – основные понятия и определения** | | | | | | | |
| Основные и профессиональные термины и понятия PR. Определение PR. Назначение PR в современном российском обществе. Сфера и основные средства деятельности PR. Функции специалистов PR по умению налаживать эффективные коммуникационные контакты с различными группами населения. | | 4 | | 2 | - | | 6 |
| **3. Типовые PR – агентства** | | | | | | | |
| Организационные формы управления PR. Организационная структура PR. Принятая система построения PR – агентств. Специфика основной деятельности PR – агентов в коммерческой, негосударственной, государственной и иных сферах. | | 4 | | 2 | - | | 6 |
| **4. Организация PR – кампаний** | | | | | | | |
| Управление проектами в области профессиональной деятельности. Функции менеджера по работе с клиентами. Понятие информационного поля. Стенография информационных поводов. Порядок и практика организации и распределение основных информационных потоков. Виды информирования общественности по актуальным экономическим и социальным вопросам. | | 4 | | 2 | - | | 6 |
| **5. Рекламная деятельность** | | | | | | | |
| Суть и специфика понятия рекламы. Реклама как основной фактор экономической, социально-политической и культурной жизни общества. Функции рекламы на разных этапах истории общественной жизни. Реклама как форма массовой коммуникации | | 4 | | 2 | - | | 6 |
| **6. Организация работы отдела по связям с общественностью** | | | | | | | |
| Целесообразность и задачи подразделения в структуре предприятия (организации). Функциональный принцип построения отдела. Организация и планирование работы PR-отдела. Типовая структура отдела по связям с общественностью. | | 4 | | 2 | - | | 6 |
| **7. Связи с общественностью в системе управления организации** | | | | | | | |
| Сущность, содержание, основные принципы и функции менеджмента. Процесс принятия управленческого решения. Информационное обеспечение менеджмента. Организация и социальные связи. Теория организации и управление персоналом. Связи с общественностью как способ гармонизации отношений организации и социума. Организация как специфическая форма общения. Модели управления персоналом. | | 4 | | 2 | - | | 6 |
| **8. Современная пресс-служба** | | | | | | | |
| Общая характеристика современных российских пресс-служб. Структура и функции пресс-служб в государственных учреждениях, коммерческих структурах и общественных организациях. Пресс-центр, его структура и функции. Формы, методы и технологии работы пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями. | | 4 | | 2 | - | | 6 |
| **9. Связи с общественностью в системе государственной и муниципальной службы** | | | | | | | |
| Российская модель организации государственной власти: конституционное закрепление и политическая практика. Взаимодействие с общественностью как условие демократичности и эффективности государственной службы. Исторические типы государственной и муниципальной службы с общественностью. Политическая культура и участие граждан в управлении. Связи с электоратом: характер, виды, формы и технологии. Отделы писем и обращений граждан в органы власти и управления. Организация взаимодействия государственных служб и ОМС со СМИ. Информационная политика органов власти и управления. Аналитика и экспертиза в работе государственной службы и ОМС. | | 4 | | 2 | - | | 6 |
| **ВСЕГО** | | 34 | | 17 | - | | 45 |

**4.2. Содержание практических (семинарских) занятий**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п\п** | **Наименование раздела дисциплины** | **Тема практического (семинарского) занятия** | **Кол-во часов** | **Кол-во часов СРС** |
| семестр №8 | | | | |
| 1. | История возникновения PR | Понятие управление общественными отношениями (PR). Исторические корни развития PR. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития PR в Российской Федерации. | 2 | 6 |
| 2. | Основные понятия PR | Основные и профессиональные термины и понятия PR. PR и реклама. PR и пропаганда. PR в системе маркетинга. PR в системе менеджмента. | 2 | 6 |
| 3. | Крупнейшие PR-агентства в России и за рубежом | Крупнейшие PR-агентства в США и Западной Европе. История, структура и тенденции эволюции отечественных PR-агентств в коммерческих, негосударственных, государственных и иных сферах. | 2 | 6 |
| 4. | Изучение основ и практики проведения PR-кампаний | Понятие информационного поля. Понятие ключевой и целевой аудитории. Анализ информационного поля. Виды информации. Базы данных, их источники, способы формирования. | 2 | 6 |
| 5. | Реклама как фактор социально-экономической и культурной жизни общества | Понятие рекламы. Функции рекламы на разных этапах истории общественной жизни. Виды рекламы. Реклама, как форма массовой коммуникации. | 2 | 6 |
| 6. | Организация и планирование работы PR-отдела | Задачи PR-отдела. Функциональный принцип построения отдела. Типовая структура отдела по связям с общественностью. Основные направления организации и планирования работы PR-отдела. | 2 | 6 |
| 7. | Престиж как элемент формирования организации в обществе | Мероприятия по поддерживанию и корректировке престижа организации как форма общения. Корпоративная культура и имидж организации. PR-службы в профессиональном выборе и отборе персонала управления. | 2 | 6 |
| 8. | Общая характеристика современных российских пресс-служб | Различия и сходства в работе PR-специалиста и пресс-секретаря. Структура и функции пресс-служб в государственных учреждениях, коммерческих структурах и общественных организациях. Функции пресс-службы. Пресс-секретарь: функции, индивидуальный стиль, эффективность работы. Формы, методы и технологии работы пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями. | 2 | 6 |
| 9. | PR-отдел в системе государственной и муниципальной службы | Цели, функции, институты государственных и муниципальных PR-служб. Координация PR-отдела с другими структурами государственной и муниципальной службы. Взаимодействие с общественностью как условие демократичности и эффективности государственной службы. | 2 | 6 |
|  | **ИТОГО** |  | 17 | 45 |

**4.3. Содержание лабораторных занятий.**

Не предусмотрено учебным планом.

**4.4. Содержание курсового проекта работы.**

Не предусмотрено учебным планом.

**4.5. Перечень индивидуальных домашних заданий.**

1. Основные и профессиональные термины и понятия управления общественными отношениями.

2. Информационная политика компаний, органов власти и управления.

3. PR – основные понятия и определения.

4. Управление общественными отношениями в новой России

5. Суть связей с общественностью в системе государственной и муниципальной службы

6. Роль пресс-службы в бизнес-структурах

7. Возникновение и развитие PR (паблик рилейшинз).

8. Роль способности к диалогу на основе ценностей гражданского, демократического общества.

9. История, структура и тенденции эволюции отечественных PR-агентов.

10. Типовое PR-агентство: организационные формы управления и принятая система построения.

11. Специфика PR-агентств в коммерческой, негосударственной и иных сферах.

12. Крупнейшие PR-агентства в России и за рубежом: сходства и отличия.

13. Организация и проведение PR-кампаний.

14. Реклама как форма массовой коммуникации.

15. Организация работы отдела по связям с общественностью.

16. Связи с общественностью в системе управления организацией:

сущность, содержание, основные принципы и функции менеджмента.

17. PR – службы в профессиональном выборе и отборе персонала управления.

18. Характеристика современных российских пресс-служб.

19. Пресс-центр, его структура и функции.

20. Роль связей с электоратом, их характер, виды, формы и современные технологии, их реализация

**5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**5.1. Реализация компетенций**

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

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование индикатора достижения компетенций | Индивидуальные средства оценивания |
| 1. УК -3.7. осуществляет взаимодействие с общественностью, применяет средства, методы и технологии формирования общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественными отношениями, проводит исследования в сфере общественных отношений. | Зачет, тестовый контроль, устный опрос |

**5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации**

**5.2.1 Перечень контрольных вопросов для зачета**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование раздела дисциплины** | **Содержание вопросов (типовых зданий)** |
| Возникновение и развитие управления общественными отношениями | Контрольные вопросы:  1. Раскройте сущность понятия общественные отношения.  2. Истрия возникновения и развитие PR.  3. Назовите основные понятия и определения PR.  4. Охарактеризуйте назначение и философию PR.  5. Раскройте сферу деятельности PR в современных условиях. |
| PR-основные понятия и определения | Контрольные вопросы:  1. Раскройте основные понятия и определения PR.  2. В чем заключается функция специалиста по PR.  3. Назовите и охарактеризуйте сферу и основные средства деятельности PR.  4. Раскройте особенности PR и рекламы, PR в системе маркетинга, PR в системе менеджмента.  5. В чем заключается назначение PR в современном российском обществе. |
| Типовые PR-агентства | Контрольные вопросы:  1. Охарактеризуйте сущность понятия типовое PR- агентство  2. В чем состоят основные организационные формы управления и примерная схема построения PR.  3. Роль, специфика PR-агентств в контексте негосударственной, государственной, муниципальной сферах.  4. Назовите крупнейшие PR-агентства в России и за рубежом. В чем заключается их сходства и отличия.  5. Раскройте историю, структуру и тенденции эволюции PR-агентств. |
| Организация PR-кампаний | Контрольные вопросы:  1. Охарактеризуйте организацию и проведение PR-кампаний.  2. Проанализируйте роль управления проектами в области профессиональной деятельности.  3. В чем заключается суть понятия информационного поля.  4. Назовите порядок организации и распределения основных информационных потоков.  5. Перечислите виды информирования общественности по актуальным экономическим и социально-политическим вопросам. |
| Рекламная деятельность | Контрольные вопросы:  1. Раскройте суть и специфику понятия реклама.  2. В чем заключается рекламная деятельность коммерческих организаций.  3. Обоснуйте роль рекламы как фактора экономической, политической и культурной жизни общества.  4. Назовите функции рекламы на разных этапах истории общественной жизни.  5. Раскройте особенности рекламы как формы массовой коммуникации. |
| Организация работы отдела по связям с общественностью | Контрольные вопросы:  1. Назовите и обоснуйте роль организации работы отдела по связям с общественностью.  2. Проанализируйте целесообразность и задачи данного подразделения в структуре предприятия (организации).  3. Роль функционального принципа в построении отдела.  4. Раскройте особенности организации и планирования работы PR-отдела.  5. Проанализируйте связи с общественностью в системе управления организации.  6. Раскройте сущность, содержание, основные принципы и функции менеджмента. |
| Связи с общественностью в системе управления организации | Контрольные вопросы:  1. В чем заключается связь с общественностью как способ гармонизации отношений организации и общества.  2. Раскройте понятие престижа как элемента формирования организации в обществе.  3. Перечислите основные модели управления персоналом.  4. Роль PR-службы в профессиональном выборе и отборе персонала управления.  5. В чем заключается специфика деятельности PR-службы со СМИ. |
| Современная пресс-служба | Контрольные вопросы:  1. Проанализируйте структуру и функции пресс-службы в государственном, муниципальном учреждениях, коммерческих структурах и общественно-политических организациях.  2. Роль пресс-центра, его структура и функции.  3. Охарактеризуйте формы, методы и технологии работы пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями.  4. В чем заключаются различия и сходства в работе PR-специалиста и пресс-секретаря.  5. Роль пресс-службы администрации Президента Российской Федерации. |
| Связи с общественностью в системе государственной и муниципальной службы | Контрольные вопросы:  1. Обоснуйте роль российской модели организации государственной власти: конституционное закрепление и политическая практика.  2.Суть связей с общественностью в системе государственной и муниципальной службы.  3.Раскройте практику взаимодействия с общественностью как условия демократичности и эффективности государственной и муниципальной службы.  4. Роль связей с электоратом: характер, виды, формы и технологии.  5. Охарактеризуйте информационную политику органов государственной и муниципальной власти и управления в современных условиях. |

**5.2.2. Перечень контрольных материалов для защиты КП/КР не предусмотренных учебным планом**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование раздела дисциплины** | **Содержание вопросов (типовых зданий)** |
| Возникновение и развитие управления общественными отношениями | Контрольные вопросы:  1. Раскройте сущность понятия общественные отношения.  2. Истрия возникновения и развитие PR.  3. Назовите основные понятия и определения PR.  4. Охарактеризуйте назначение и философию PR.  5. Раскройте сферу деятельности PR в современных условиях. |
| PR-основные понятия и определения | Контрольные вопросы:  1. Раскройте основные понятия и определения PR.  2. В чем заключается функция специалиста по PR.  3. Назовите и охарактеризуйте сферу и основные средства деятельности PR.  4. Раскройте особенности PR и рекламы, PR в системе маркетинга, PR в системе менеджмента.  5. В чем заключается назначение PR в современном российском обществе. |
| Типовые PR-агентства | Контрольные вопросы:  1. Охарактеризуйте сущность понятия типовое PR- агентство  2. В чем состоят основные организационные формы управления и примерная схема построения PR.  3. Роль, специфика PR-агентств в контексте негосударственной, государственной, муниципальной сферах.  4. Назовите крупнейшие PR-агентства в России и за рубежом. В чем заключается их сходства и отличия.  5. Раскройте историю, структуру и тенденции эволюции PR-агентств. |
| Организация PR-кампаний | Контрольные вопросы:  1. Охарактеризуйте организацию и проведение PR-кампаний.  2. Проанализируйте роль управления проектами в области профессиональной деятельности.  3. В чем заключается суть понятия информационного поля.  4. Назовите порядок организации и распределения основных информационных потоков.  5. Перечислите виды информирования общественности по актуальным экономическим и социально-политическим вопросам. |
| Рекламная деятельность | Контрольные вопросы:  1. Раскройте суть и специфику понятия реклама.  2. В чем заключается рекламная деятельность коммерческих организаций.  3. Обоснуйте роль рекламы как фактора экономической, политической и культурной жизни общества.  4. Назовите функции рекламы на разных этапах истории общественной жизни.  5. Раскройте особенности рекламы как формы массовой коммуникации. |
| Организация работы отдела по связям с общественностью | Контрольные вопросы:  1. Назовите и обоснуйте роль организации работы отдела по связям с общественностью.  2. Проанализируйте целесообразность и задачи данного подразделения в структуре предприятия (организации).  3. Роль функционального принципа в построении отдела.  4. Раскройте особенности организации и планирования работы PR-отдела.  5. Проанализируйте связи с общественностью в системе управления организации.  6. Раскройте сущность, содержание, основные принципы и функции менеджмента. |
| Связи с общественностью в системе управления организации | Контрольные вопросы:  1. В чем заключается связь с общественностью как способ гармонизации отношений организации и общества.  2. Раскройте понятие престижа как элемента формирования организации в обществе.  3. Перечислите основные модели управления персоналом.  4. Роль PR-службы в профессиональном выборе и отборе персонала управления.  5. В чем заключается специфика деятельности PR-службы со СМИ. |
| Современная пресс-служба | Контрольные вопросы:  1. Проанализируйте структуру и функции пресс-службы в государственном, муниципальном учреждениях, коммерческих структурах и общественно-политических организациях.  2. Роль пресс-центра, его структура и функции.  3. Охарактеризуйте формы, методы и технологии работы пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями.  4. В чем заключаются различия и сходства в работе PR-специалиста и пресс-секретаря.  5. Роль пресс-службы администрации Президента Российской Федерации. |
| Связи с общественностью в системе государственной и муниципальной службы | Контрольные вопросы:  1. Обоснуйте роль российской модели организации государственной власти: конституционное закрепление и политическая практика.  2.Суть связей с общественностью в системе государственной и муниципальной службы.  3.Раскройте практику взаимодействия с общественностью как условия демократичности и эффективности государственной и муниципальной службы.  4. Роль связей с электоратом: характер, виды, формы и технологии.  5. Охарактеризуйте информационную политику органов государственной и муниципальной власти и управления в современных условиях. |

**5.3. Типовые контрольные задания**

1. Предмет изучения дисциплины «управление общественными отношениями» - это:

а) анализ практических аспектов связей с широкой общественностью

б) функция менеджмента

в) структура и функции служб связи с общественностью

г) моральные нормы и общественные ценности

1. Наука и связи с широкой общественностью – это:

а) наука коммуникативного цикла

б) пересечение науки и искусства

в) социальная наука

г) управление общественным мнением.

1. Типовыми функциями службы PR являются:

а) работа с руководством фирмы, компании по актуальным вопросам изучения общественного мнения

б) разработка концепции подачи информации в прессу, радио, телевидение, социальные сети

в) разъяснение стратегических целей, политики организации

г) формирование имиджа организации

1. Характерные черты современных PR- это:

а) компании-консультантов

б) связи с общественностью

в) ассоциация компаний- консультантов

г) социальные сети

1. Общественное мнение и его особенности-это:

а) способы взаимодействия с людьми

б) принципы гражданского диалога

в) умение налаживать контакты с людьми

г) установление взаимодействия с людьми

д) слухи, сплетни

1. Общественность в современных условиях –это:

а) институт реализации индивидуального и субъективного права граждан

б) политические партии

в) общественные объединения

г) профессиональные союзы

д) органы ТОС

1. Понятие средств массовой информации – это:

а) определение и характеристика понятий «массовые коммуникации» и «средства массовой информации»

б) современные информационные технологии, интернет

в) информагентства

г) пресса, радио, телевидение, социальные сети

д) основной канал распространения PR информации

1. Массовые коммуникации – это:

а) всемирная компьютерная сеть

б) функции идеологического и политического влияния

в) поддержание социальной общности

г) организация информирования просвещением и развлечением

д) «четвертая власть»

1. Современные информационные технологии –это:

а) всемирная компьютерная сеть

б) информационная среда

в) жизненные стандарты

г) интернет

д) средства коммуникации

1. PR –деятельность в конфликтной ситуации – это:

а) соглашение

б) столкновение

в) существование

г) враждебность

д) оппозиция

1. Формирование имиджа организации и его лидера – это:

а) это категория взаимодействия организации с общественностью

б) иллюзорный объект

в) идеи, проект

г) система действий

д) образ в представлении общественности

1. Основные направления деятельности и связей с общественностью – это:

а) разъяснение общей политики руководства и принципов его работы с персоналом

б) удовлетворение потребности персонала в информации о событиях в организации и вокруг нее

в) способствование развитию положительной мотивации у каждого работника организации

г) формирование организационной культуры и фирменного стиля

д) внутренние коммуникации

**5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкала оценивания**

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

Критериями оценивания достижений показателей являются:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя, результата обучения по дисциплине | | Критерий оценивания | | | |
| Знания | | 1. Знания основных теоретических терминов управления общественными отношениями. 2. Знания понятия и сущность культуры мышления 3. Четкость изложения и интерпретации знаний, связанных управлением общественными отношениями 4. Полнота ответов на вопросы 5. Объем освоенного материала | | | |
| Умения | | 1. Умение ориентироваться и использовать в профессиональной деятельности понятие общественные отношения. 2. Умение использовать технологии, связанные с управлением общественными отношениями 3. Умение владеть способностью к анализу моделирования технологий управления общественными отношениями 4. Умение использовать основные формы и методы к изучению понятия общественные отношения 5. Умение пользоваться информационными ресурсами СМИ | | | |
| Навыки | | 1. Владеть навыками применения в профессиональной деятельности технологий управления общественными отношениями 2. Владеть навыками постановки цели и выбора путей ее достижения 3. Владеть навыками теоретических терминов, определения общественных отношений | | | |
| **Оценка преподавателем выставляется интегрально, с учетом показателей и критериев оценивания**  **Оценка сформированности компетенций по показателю знания** | | | | | |
| Критерий | | Уровень освоения оценки | | | |
|  | | не зачтено | | | Зачтено |
| Знание основных теоретических терминов, определений, понятия общественных отношений | | Не знает теоретических терминов и определений, понятия общественных отношений | | | Знает термины и определения, при этом может допускать неточности формулировок |
| Знание основных аспектов общественных отношений, закономерностей и соотношения, принципов знания | | Не знает основных аспектов общественных отношений, закономерностей и соотношения, принципов знания | | | Владеет знаниями основных аспектов общественных отношений, закономерностей, соотношений. принципов |
| Объем освоенного материала | | Не знает значительной части материала дисциплины | | | Знает материал дисциплины в достаточном объеме, однако возможно не усвоил всех его деталей |
| Полнота ответов на вопросы | | Не дает ответы на большинство вопросов | | | Дает ответы на вопросы, но не все полные |
| **Оценка сформированности компетенций по показателю умения** | | | | | |
| Критерий | | Уровень освоения и оценки | | | |
|  | | не зачтено | | | зачтено |
| Умение ориентироваться и использовать в профессиональной деятельности понятие общественные отношения. | | Не умеет ориентироваться и использовать в профессиональной деятельности понятие общественные отношения | | | Хорошо ориентируется и использует в профессиональной деятельности понятие общественные отношения |
| Умение использовать умения, связанные с управлением общественными отношениями | | Не умеет использовать умения, связанные с управлением общественными отношениями | | | На достаточно приемлемом уровне умеет использовать показатели, связанные с управлением общественными отношениями |
| 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 |
| Умение использовать основные формы и методы к изучению понятия общественные отношения | | Не умеет использовать основные формы и методы к изучению понятия общественные отношения | | | На достаточно приемлемом уровне излагает основные формы и методы, понятия общественные отношения |
| Умение пользоваться информационными ресурсами СМИ | | Не умеет пользоваться информационными ресурсами СМИ | | | Владеет способность пользоваться информационными ресурсами СМИ |
| **Оценка сформированности компетенций по показателю навыки** | | | | |
| Критерий | | Уровень освоения и оценки | | |
| Владеет навыками применения в профессиональной деятельности технологий управления общественными отношениями | Не владеет навыками применения в профессиональной деятельности технологий управления общественными отношениями | | Владеет навыками и способностью применения в профессиональной деятельности технологий управления общественными отношениями | |
| Владеет навыками постановки цели и выбора путей ее достижения | Не владеет навыками постановки цели и выбора путей ее достижения | | На достаточно приемлемом уровне излагает основные цели и выбор путей, связанных с ее достижениями | |
| Владеет навыками теоретических основ управления общественными отношениями | Не знает теоретических основ сущности управления общественными отношениями | | Владеет навыками, связанными с теоретическими основами сущности управления общественными отношениями | |

**6. 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 индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (аудитории: УК1 1, УК1 2, ГУК З20, ГУК 319) | Лекционные занятия – поточная аудитория, оснащенная меловой доской и специализированной мебелью.  Практические (семинарские) занятия – оснащенные меловой доской, специализированной мебелью, комплексом презентационного оборудования: ноутбук Lenovo G50-30 (Intel Celeron N240); мультимедийный проектор Acer XD1280D; переносной экран, с предустановленным лицензионным программным обеспечением: Microsoft Office 2013(№31401445414), Microsoft Windows 7 (№63-14к), Kaspersky Endpoint Security 10 (№17Е0170707130320867250). |
| 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/МОС 2793) и Office 365 (Е04002С51М) с возможностью бесплатной загрузки лицензионного программного обеспечения |
| 3. | Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы | Специализированная 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».
6. Баранов Д.Е. PR. Теория и практика: учебник / Д.Е. Баранов. – М: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. - 352 с.
7. Бердников И.П. PR-коммуникации: учебное пособие / И.П. Бердников. – М.: Дашков и К, 2012. - 208 с.
8. Грачев А.С. PR-служба компании: учебное пособие / А.С. Грачев М.: Дашков и К, 2012. - 160 с.
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