

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
СЕРВИСА

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

Год набора на ОПОП
2019

Форма обучения
очная

Владивосток 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Основы корпоративных технологий» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

*Афонин А.А., старший преподаватель, Высшая школа кино и телевидения,
AA.Afonin@vvsu.ru*

Утверждена на заседании высшей школы телевидения от
«___» _____ 20__ г. , протокол № _____

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575566011
Номер транзакции	00000000097FF8A
Владелец	Булах С.П.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Цель дисциплины: формирование компетенций, направленных на применение технологий корпоративной социальной ответственности (КСО) в бизнесе, местном управлении, некоммерческих и негосударственных организациях, учреждениях образования, средствах массовой информации и развитие умений профессионального их использования для достижения взаимовыгодных, согласованных с интересами общества целей; формирование представления о предмете, основных понятиях, содержании, формах и методах развития и оценки корпоративной социальной ответственности и корпоративной культуры.

Задачи освоения дисциплины «Основы корпоративных технологий»:

-приобретение студентами компетенций в области управления корпоративной культурой и нравственной саморегуляции профессиональной деятельности.

- изучить особенности, проблемы и перспективы моделей и технологий развития корпоративной социальной ответственности, а также формы взаимодействия со всеми видами целевыми аудиториями.

Дисциплина направлена на подготовку выпускников, способных понимать и анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые проблемы деловой этики и корпоративной культуры, владеющих знаниями о технологиях управления корпоративной культурой, этике сферы бизнеса и рекламы, управленческой этике, и умеющих их использовать в практической деятельности.

Основные понятия, термины: интегрированные маркетинговые коммуникации, коммуникативные технологии, корпоративная культура, корпоративная социальная ответственность (КСО), благотворительность, PR, социальная ответственность, социальная эффективность.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)				

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Междисциплинарные связи в курсе базируются на использовании знаний, полученных студентами в рамках изучения других дисциплин (менеджмент, маркетинг, связи с общественностью, основы журналистики, организационная культура).

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам

учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес- тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.В	5	4	55	18	36	0	1	0	89	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код ре- зультата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Ценности как системообразующий элемент в неформальных группах. Система ценностей в организации.	РД1	2	4	0	8	
2	Ценности как элемент организационной культуры.	РД1	1	4	0	8	опрос, письменные работы, работа в группах
3	Анализ структуры организационной культуры.	РД1	2	4	0	10	опрос, письменная работа, работа в группах
4	Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR	РД1	1	4	0	8	опрос, контрольная работа, работа в группах
5	Типология корпоративных СМИ	РД2	2	2	0	8	опрос, письменная работа, работа в группах
6	Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире	РД2	2	4	0	10	опрос, работа в группах
7	Этапы создания корпоративного СМИ	РД2	2	4	0	10	опрос, работа в группах
8	Содержательная модель корпоративного издания	РД3	2	2	0	8	опрос, письменная работа, работа в группах
9	Методы продвижения корпоративного СМИ, изучения аудитории и организации обратной связи	РД3	2	4	0	9	опрос, работа в группах
10	Изучение эффективности корпоративного	РД3	2	4	0	10	работа в группах, опрос, письменная работа
Итого по таблице			18	36	0	89	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Ценности как системообразующий элемент в неформальных группах. Система ценностей в организации.

Содержание темы: Ценности и нормы как регуляторы поведения человека. Ценности как часть личности человека. Ценности индиви-дуальные и групповые. Ценности организации. Пример: либеральные и консервативные ценности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: .

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

Тема 2 Ценности как элемент организационной культуры.

Содержание темы: Понятие и структура организационной культуры. Откуда берутся ценности и почему не все ценности можно «пересадить на другую почву» – базовые предположения. Как выражаются ценности и как они передаются другим людям – символическая среда.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, тематический подбор материала, мониторинг.

Тема 3 Анализ структуры организационной культуры.

Содержание темы: Символическая среда. Основные понятия: символы, артефакты, материальные и нематериальные символы. Материальная символическая среда организации (фирменные знаки, цвета, архитектура, дизайн помещений, одежда, еда, системы коммуникации и т.п.). Нематериальная символическая среда организации (организационная структура, заявляемые ценности, мифы, легенды, герои и антигерои, ритуалы и т.п.). Базовые предположения: понятие, происхождение (национальная культура, организационные практики).

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, обзор, работа в группах.

Тема 4 Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR.

Содержание темы: Определение корпоративной прессы (КП). Ее цели и функции, особое место в системе СМИ. «Инструментальная», «двойственная» природа КП: соотношение журналистики и PR. Корпоративная пресса как средство публичных отношений. Понятие интегрированных коммуникаций.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика, презентация.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, тематический обзор, мониторинг.

Тема 5 Типология корпоративных СМИ.

Содержание темы: Основные виды корпоративных медиа, их достоинства и недостатки. Тип и функция корпоративного издания. Основания типологизации: аудитория, учредитель, тип финансирования, способ распространения, периодичность, тираж, формат и иные издательские характеристики.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, мониторинг.

Тема 6 Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире.

Содержание темы: Особенности развития печатных и электронных корпоративных медиа. Количественный и качественный рост. Отказ от «универсальности». Специфика развития корпоративных СМИ градообразующих предприятий. Корпоративное издание как

средство политического PR. Интернет-порталы и интрасайты. «Экспресс-газеты». «Условно-корпоративные» СМИ. Привлечение коммерческой рекламы корпоративной прессой. Аутсорсинг, его достоинства и недостатки. Создание профессиональных сообществ сотрудников корпоративной прессы.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика, презентация.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, анализ.

Тема 7 Этапы создания корпоративного СМИ.

Содержание темы: Принятие решения о создании корпоративного СМИ. Когда возникает необходимость? Определение целей. Выбор целевой аудитории. Выбор формата и тиража. Создание содержательной и композиционно-графической модели. Концепция издания. Процедура регистрации. Устав редакции. Формирование системы распространения. Налаживание отношений с другими подразделениями. Привлечение читателей к сотрудничеству.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, анализ.

Тема 8 Содержательная модель корпоративного издания.

Содержание темы: Система рубрик, определяемая задачами С М И и целевой аудиторией. Специфика изданий В2С, «бортовых журналов». Постоянные и временные рубрики. Тематические полосы. Основные темы корпоративных С М И. Соотношение производственной и непроизводственной тематики.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, анализ.

Тема 9 Методы продвижения корпоративного СМИ, изучения аудитории и организации обратной связи.

Содержание темы: Знание интересов аудитории и укрепление связей с ней как факторы эффективности корпоративного СМИ. Особенности организации интерактивного общения в печатных СМИ, на корпоративном радио и телевидении, в сетевых изданиях. Специфика продвижения корпоративного издания.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, мониторинг.

Тема 10 Изучение эффективности корпоративного.

Содержание темы: Определения понятия «эффективность», и схожих понятий («действенность», «результативность»). Значение исследования эффективности корпоративного С М И в современных условиях. Основные слагаемые и факторы эффективности. Взаимосвязь качества и эффективности. Методы изучения эффективности корпоративного издания. Специфика исследования эффективности разных видов и типов корпоративных медиа. Основные способы и методы повышения эффективности корпоративных изданий.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика, презентация.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, мониторинг, тематический подбор материала.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Успешное освоение дисциплины предполагает работу в аудитории на лекциях и выполнение исследования практики действующих корпоративных изданий как корпоративной технологии эффективных коммуникаций с целевыми аудиториями. Изучение специфики, принципов функционирования и стратегии создания корпоративного издания поможет расширить профессиональную подготовку бакалавров, специализирующихся в области связей с общественностью и рекламы. Теоретический материал излагается в рамках лекционного курса.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Иванова Е.В. Корпоративное управление : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Флинта , 2020 - 336 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=388102>

2. Колесников А.В. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА. Учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] , 2018 - 167 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/korporativnaya-kultura-413973>

3. Рыманов А.Ю., Бочарова И.Ю. Корпоративное управление : Учебник [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2018 - 395 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=309133>

7.2 *Дополнительная литература*

1. Григорян Е. С., Юрасов И. А. Корпоративная социальная ответственность : Учебники и учебные пособия для вузов [Электронный ресурс] - Москва : Дашков и К°, 2021 - 248 - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=621642
2. Корпоративная социальная ответственность : Учебно-методические пособия [Электронный ресурс] : Донецкий национальный университет , 2019 - 112 - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/179972>
3. Крестьянова Е.Н.. Корпоративная культура : методические указания / Левашева Ю.А., Филатов Т.В.; Крестьянова Е.Н. — Самара : РИЦ СГСХА, 2019 .— 24 с. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/680046> (дата обращения: 20.02.2023)
4. Трофимов А. Фирменный стиль и корпоративный дизайн : учебник / Трофимов А., Н.— Москва : КноРус, 2021. — 366 с. — ISBN 978-5-406-08347-5. — URL: <https://book.ru/book/940955> (дата обращения: 08.03.2023). — Текст : электронный.

7.3 *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):*

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>
2. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <http://znanium.com/>
3. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>
4. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru" - Режим доступа: <https://book.ru/>
5. Электронно-библиотечная система "РУКОНТ" - Режим доступа: <https://rucont.ru/>
6. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: <https://urait.ru/>
7. Электронно-библиотечная система "Лань" - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>
8. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
9. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>
10. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Видеокамера Sony PXW-X200
- Видеосервер Premium Server
- Вспышка Nissin Di-866 Mark For Canon
- Графическая станция Premium G5000B
- Графическая станция: процессор Intel Core i7-4770, опер. память 4*4Gb Kingston Hyper-X, жесткий диск Western Digital 4Tb, монитор NEC MultiSync PA242W, мышь проводн. лазерн. Logitech M318 (1000dpi USB, клавиатура проводн. Logitech K120 USB
- Держатель для микрофона
- Камкордер HD JVC GY-HM660E
- Колонки Sven Stream Light
- Комкордер Sony PMW-200

- Комплект операторского света L600 с диммерами и шторками
- Комплект студийного света Logocan Studio Kit-5000/8 Alpha Plus
- Микрофон Rode VideoMic Pru
- Микрофон Shure PG42USB
- Микрофон Sony ECM-MS2
- Микрофонная петличка Sennheiser EW 112 G3
- Мультимедийный комплект №2 в составе:проектор Casio XJ-M146,экран 180*180,крепление потолочное
- Наушники Sennheiser HD 215
- Наушники Sony MDR 7506
- Объектив Canon EF 24-105 mm
- Объектив Canon EF 28mm/1.8 USM
- Объектив Canon EF 50mm
- П/К:С/бл iRU Corp, процессор Intel Core, мат/пл intel Soc-GA1156, опер/память NCP DDR3, Видео intel HDA, Жесткий дискSeagate ST320DM000, Оптич. прив. Lite-On IHAS124, корпусiRU Corp ATX, блок.пит.LinkW
- Персональный компьютер Premium
- Петличный радиомикрофон Rode Lavalier
- Пылесос LG-V-K70601NU
- Свет LOWEL
- Станция видеомонтажа iRU Corp717TWR/сист.блок iRU Corp717/монитор LG25UM58-P/клавиатура/мышь
- Стедикам Glidecam HD-2000
- Стойка для микрофона
- Файловый сервер Premium Server
- Фотоаппарат Canon EOS-70D Body
- Штатив Libec TH-650DV
- Штативная система Acebil P-350GX

Программное обеспечение:

- Microsoft Windows 10 Professional RUS Upgrd
- Mozilla Firefox Russian

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
СЕРВИСА

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Направление и направленность (профиль)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

Год набора на ОПОП
2019

Форма обучения
очная

Владивосток 2022

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)		

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС		
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения				
РД1	Знание : Функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникативного проекта по рекламе и связям с общественностью	1.1. Ценности как системообразующий элемент в неформальных группах. Система ценностей в организации.	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задания и задания	Список вопросов
		1.2. Ценности как элемент организационной культуры.	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задания и задания	Список вопросов
		1.3. Анализ структуры организационной культуры.	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задания и задания	Список вопросов
		1.4. Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задания и задания	Список вопросов
РД2	Умение : Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуника	1.5. Типология корпоративных СМИ	Контрольная работа	Список вопросов

	ционной стратегии.		Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.6. Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.7. Этапы создания корпоративного СМИ	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РДЗ	Навык : Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	1.8. Содержательная модель корпоративного издания	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.9. Методы продвижения корпоративного СМИ, изучения аудитории и организации обратной связи	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.10. Изучение эффективности корпоративного	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Сумма баллов в ПОДИЦИПЛИНЕ	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 91 до 100	«зачтен» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять творческие задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтен» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтен» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Пример задания. Подготовка пресс-релиза.

1. Выделение социально-значимой информации в рамках предложенной темы;
2. Выделение информационного повода;
3. Написание лида;
4. Написание основной части пресс-релиза, насыщение ее атрибуцией;
5. Написание бэкграунда;
6. Оформление пресс-релиза как официального документа.

Краткие методические указания

Студенту необходимо заранее ознакомиться с примерами пресс-релизов доступных в сети Интернет. На занятии каждый студент получает подборку информации по теме планируемого пресс-релиза. Данное задание ставит целью не столько проверить знание правил написания и оформления пресс-релиза, сколько научить составлять этот документ. Поэтому готовность и участие в процессе обсуждения оцениваются 10 баллами.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	10 балла	Знание правил, развитые умения.
2.	5 баллов	Знание правил, слабые умения.
3.	0 баллов	Незнание правил, отсутствие умения.

5.2 Экзаменационные вопросы

Анализ корпоративного издания.

План анализа

1. Форма корпоративного издания

- газета
 - журнал
 - радио
 - Интернет-сайт
2. Какое подразделение компании занимается выпуском корпоративного издания?
3. Аудитория

- сотрудники
 - клиенты
 - партнеры
 - смешанная.
4. Зарегистрировано ли издание в государственных органах
5. Сколько времени существует на рынке

- более 5 лет
 - менее 5 лет
 - менее 1 года.
6. Тираж издания

- не более 1000 экземпляров
 - от 2001 до 5000
 - от 5000 до 10 тыс. экземпляров.
 - более 10 тыс. экз.
7. Отличается ли реальный и номинальный тираж

- да
 - нет
8. Формат издания

- А3
 - А4
 - А5
9. Периодичность выхода корпоративного СМИ –

- раз в неделю
 - раз в месяц.
 - раз в два месяца
 - от случая к случаю.
10. Как распространяется

- платно
 - бесплатно
11. Постоянные рубрики
-

12. Как представляется официальная информация

- в виде распоряжений и приказов,
- в виде байлайнеров или имиджевых интервью

13. Какие функции выполняет КИ

- Идеологическая (функция формирования корпоративной культуры),
- информационная
- обеспечение обратной связи,
- аналитическая,
- интеграционная,
- организационно-агитационная,
- имиджевая,
- образовательная (просветительская),
- развлекательная

14. Какие задачи выполняет корпоративное издание?

15. Какие формы обратной связи предусмотрены в издании?

16. Какие рубрики рассчитаны на отражение мнения руководства, а какие – мнения сотрудников?

Краткие методические указания

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала по теме, усвоение основной учебной и дополнительной литературы, рекомендованной программой, свободно оперирует понятиями и научными категориями при обсуждении теоретических вопросов, глубоко понимает закономерности развития анализируемой сферы.
2.	4 балла	Студент демонстрирует знание темы на среднем уровне, знание основных положений учебника и дополнительных материалов, допускает незначительные ошибки, неточности при аналитических операциях, изредка ошибается в понимании содержания категорий, хорошо анализирует предлагаемый для мыслительной деятельности материал, приводит собственные примеры для иллюстрации понимания
3.	3 балла	Студент демонстрирует очень общее усвоение знаний по теме, допускает значительные ошибки при аналитических операциях, проявляет наличие отдельных отрывочных знаний по теме, испытывает значительные трудности при оперировании точными понятиями и категориями..
4.		Студент демонстрирует отрывочные, бессистемные знания, проявляет отсутствие логики в ответе, отсутствие знаний материала учебников, либо демонстрирует полное отсутствие знаний по теме.