

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)  
**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление и направленность (профиль)  
43.03.01 Сервис. Сервис в авиации

Год набора на ОПОП  
2021

Форма обучения  
очная

Владивосток 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Связи с общественностью» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №514) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Волынчук Я.А., кандидат политических наук, доцент, Кафедра экономики и управления, Yana.Frolova@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры экономики и управления от 03.04.2024 , протокол № 5

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Варкулевич Т.В.

<b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b>	
Сертификат	1575458423
Номер транзакции	0000000000C78F7C
Владелец	Варкулевич Т.В.

## 1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Для направления подготовки "Сервис": Целью освоения дисциплины «Связи с общественностью» является формирование и развитие у студентов теоретической и практической готовности к осуществлению исследований рынка, организации продаж и продвижение сервисных продуктов.

Задачи освоения дисциплины:

- ознакомить студентов с основами PR деятельности;
- выработать у студентов навык обобщения, анализа и систематизации информации из различных источников;
- ознакомить студентов с основными принципами использования PR технологий в различных сферах деятельности;
- научить студентов осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов с помощью новейших информационно-коммуникационных технологий.

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	
43.03.01 «Сервис» (Б-СС)	ОПК-4 : Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.2к : Использует основные методы продвижения и продаж услуг, в том числе онлайн	РД1	Знание	основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных
			РД2	Умение	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина "Связи с общественностью" существенно расширяет и дополняет общепрофессиональные компетенции бакалавров направления подготовки 43.03.01 Сервис.

Дисциплина "Связи с общественностью" относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

## 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

			Семестр	Трудо-емкость	Объем контактной работы (час)		

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	(ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеаудиторная		СРС	Форма аттестации
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
43.03.01 Сервис	ОФО	Б1.Б	5	3	55	36	18	0	1	0	53	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 результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Категориально-понятийный аппарат PR деятельности. Зарубежный опыт и российская практика функционирования PR деятельности.	РД2	6	3	0	6	Доклад, сообщение
2	Правовые и этические основы PR деятельности.	РД2	3	3	0	10	Конспект
3	Цели и функции PR деятельности. Основные принципы их использования в сфере сервиса, бизнеса и политики.	РД2	3	3	0	10	Контрольная работа
4	Роль PR сферы в современной системе маркетинга и продвижения услуг	РД2	6	3	0	6	Кейс-задача
5	Сущность массовой психологии и теории массовой коммуникации.	РД2	6	3	0	5	Собеседование
6	Особенности функционирования PR-служб (типовые PR агентства, PR департаменты) в государственных, некоммерческих и коммерческих структурах.	РД2	6	2	0	6	Творческое задание
7	Медиа-планирование: сущность, особенности, этапы реализации	РД2	6	1	0	10	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты
<b>Итого по таблице</b>			<b>36</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>53</b>	

### 4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

*Тема 1 Категориально-понятийный аппарат PR деятельности. Зарубежный опыт и российская практика функционирования PR деятельности.*

Содержание темы: Основные подходы к определению PR. PR и «связи с общественностью»: сущность понятий. Категория «общественность»: сущность, составляющие. Зарубежный опыт функционирования PR деятельности. Российская практика функционирования PR деятельности. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы по теме, подготовка сообщений и докладов.

*Тема 2 Правовые и этические основы PR деятельности.*

Содержание темы: Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ: цель, сфера применения, общие требования к рекламе, государственный надзор в сфере рекламы. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.03.2020) «О средствах массовой информации»: общие положения, организация деятельности СМИ. Международные профессиональные кодексы и стандарты. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы по теме, подготовка конспекта.

*Тема 3 Цели и функции PR деятельности. Основные принципы их использования в сфере сервиса, бизнеса и политики.*

Содержание темы: Цели PR деятельности. Функции PR деятельности. Принципы использования PR в сфере сервиса, бизнеса и политики.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы по теме, подготовка к контрольной работе.

*Тема 4 Роль PR сферы в современной системе маркетинга и продвижения услуг.*

Содержание темы: Маркетинг как организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям. Основные закономерности функционирования рынка сервисных продуктов. Проблемы функционирования рынка сервисных продуктов и роль PR в его развитии. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы по теме, подготовка к решению кейс-задачи.

*Тема 5 Сущность массовой психологии и теории массовой коммуникации.*

Содержание темы: Массовая коммуникация: понятие, история. Стадии развития массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации. Функции средств массовой коммуникации. Методы и модели исследования массовой коммуникации. Аудитория массовой коммуникации. Типы аудитории. Непонимание информации. Функции массовой коммуникации. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы по теме, подготовка к собеседованию.

*Тема 6 Особенности функционирования PR-служб (типовые PR агентства, PR департаменты) в государственных, некоммерческих и коммерческих структурах.*

Содержание темы: Служба PR в организации: функции, структура, состав. Специализированная PR фирма. PR специалисты: поле деятельности и востребованность на рынке услуг.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные

технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы по теме, подготовка к творческому заданию.

*Тема 7 Медиа-планирование: сущность, особенности, этапы реализации.*

Содержание темы: Сущность медиа-планирования как составляющей рекламных кампаний. Формы подачи новостных материалов и организация PR коммуникации: медиа-план, медиа-бриф, интервью для печати, сценарии PR мероприятий, презентации, пресс-релизы, информационные справки, информационные бюллетени, приглашения, портфолио.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы по теме, подготовка к круглому столу, дискуссии, полемике, диспуту, дебатам.

## **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 активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекции, практические занятия, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу.

В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, подготовка доклада, конспекта, выполнение кейс-задач и контрольной работы, подготовка к творческому заданию и круглому столу.

В процессе обучения в качестве перечня оценочных средств, используемых при оценивании студентов в рамках освоения дисциплины с указанием их краткой характеристики можно отнести следующие:

Доклад, сообщение. Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы (тематика докладов представлена в ФОС).

Кейс-задача. Проблемное задание в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.

Контрольная работа. Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Конспект. Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушенной лекции, сообщения и т.д. (тематика конспектов представлена в ФОС).

Собеседование. Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Творческое задание. Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты. Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Текущая аттестация включает в себя устный опрос студентов на практических занятиях по соответствующим разделам дисциплины. Суммированные баллы, начисляемые по результатам регулярной проверки освоения учебного материала вносятся в аттестационную ведомость (на 8-й и 17-й неделе семестра). При подсчете баллов учитывается посещаемость студентом аудиторных (лекционных) занятий.

Промежуточная (семестровая) аттестация предусмотрена в форме экзамена (тестирование в КЦ). Для успешной сдачи экзамена студент должен посещать занятия, выполнять задания. Кроме того, для допуска к экзамену студент в течение семестра должен набрать не менее 41 балла.

## **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. Горожанина, Е. И. Проектирование баз данных и баз знаний : учебное пособие / Е. И. Горожанина. — Самара : ПГУТИ, 2021. — 108 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/301085> (дата обращения: 18.07.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга : Учебник [Электронный ресурс] : Инфра-М , 2020 - 292 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=354794>

3. Куличкина Г. В. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. МАСС-МЕДИА 2-е изд. Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 197 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologicheskie-osnovy-socialno-kulturnoy-deyatelnosti-mass-media-455652>

4. Наумов, В. Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 404 с. —

(Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/21026. - ISBN 978-5-16-012042-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1815961> (дата обращения: 18.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068921> (дата обращения: 18.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Чернышева, А. М. Методы и практики маркетинговых исследований : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17920-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533988> (дата обращения: 18.06.2024).

## **7.2    Дополнительная литература**

1. Быстров, С. А., Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие / С. А. Быстров. — Москва : КноРус, 2020. — 260 с. — ISBN 978-5-406-07280-6. — URL: <https://book.ru/book/932260> (дата обращения: 17.07.2024). — Текст : электронный.

2. Глазова, Л. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерению коммуникаций : практическое руководство / Л. Глазова. - Москва : Альпина ПРО, 2021. - 168 с. - ISBN 978-5-907394-94-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2138129> (дата обращения: 18.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519037> (дата обращения: 18.06.2024).

4. Мишон, Е. В., Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / Е. В. Мишон. — Москва : КноРус, 2023. — 172 с. — ISBN 978-5-406-11838-2. — URL: <https://book.ru/book/949867> (дата обращения: 17.07.2024). — Текст : электронный.

5. Смирнов, М. В. Проектирование и разработка информационных систем и бизнес-приложений: Методические указания : методические указания / М. В. Смирнов, Р. А. Исаев, Р. С. Толмасов. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 44 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163878> (дата обращения: 18.07.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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

1. Информационно-правовой портал Гарант – <http://www.garant.ru/>
2. Информационно-справочная система «Консультант Плюс» – <http://www.consultant.ru/>
3. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
4. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>
5. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
6. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
7. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
8. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: <https://urait.ru/>



9. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

10. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.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:

- Проектор
- Доска аудиторная ДА-8МЦ
- Персональный компьютер

Программное обеспечение:

- Microsoft Office 2010 Standart

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

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

### **СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление и направленность (профиль)

43.03.01 Сервис. Сервис в авиации

Год набора на ОПОП  
2021

Форма обучения  
очная

Владивосток 2024

## 1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
43.03.01 «Сервис» (Б-СС)	ОПК-4 : Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.2к : Использует основные методы продвижения и продаж услуг, в том числе онлайн

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

**Компетенция ОПК-4** «Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код ре-з-та	Т и п ре з-та	Результат	
ОПК-4.2к : Использует основные методы продвижения и продаж услуг, в том числе онлайн	РД1	Знание	основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных	способы выбора основных современных принципов работы с деловой информацией, алгоритм действия корпоративных информационных систем и баз данных, а также виды информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности
	РД2	Умение	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	Использует основные методы продвижения и продаж услуг, в том числе онлайн

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 резу	Контролируемые темы	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС

Результаты обучения	дисциплины	Текущий контроль	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения				
РД2	Умение : Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	1.1. Категориально-понятийный аппарат PR деятельности. Зарубежный опыт и российская практика функционирования PR деятельности.	Дискуссия	Тест
			Доклад, сообщение	Тест
			Кейс-задача	Тест
			Конспект	Тест
			Контрольная работа	Тест
			Разноуровневые задачи и задания	Тест
			Собеседование	Тест
		1.2. Правовые и этические основы PR деятельности.	Дискуссия	Тест
			Доклад, сообщение	Тест
			Кейс-задача	Тест
			Конспект	Тест
			Контрольная работа	Тест
			Разноуровневые задачи и задания	Тест
			Собеседование	Тест
		1.3. Цели и функции PR деятельности. Основные принципы их использования в сфере сервиса, бизнеса и политики.	Дискуссия	Тест
			Доклад, сообщение	Тест
			Кейс-задача	Тест
			Конспект	Тест
			Контрольная работа	Тест
			Разноуровневые задачи и задания	Тест
			Собеседование	Тест
	Дискуссия	Тест		
	Доклад, сообщение	Тест		

1.4. Роль PR сферы в современной системе маркетинга и продвижения услуг	Кейс-задача	Тест
	Конспект	Тест
	Контрольная работа	Тест
	Разноуровневые задачи и задания	Тест
	Собеседование	Тест
1.5. Сущность массовой психологии и теории массовой коммуникации.	Дискуссия	Тест
	Доклад, сообщение	Тест
	Кейс-задача	Тест
	Конспект	Тест
	Контрольная работа	Тест
	Разноуровневые задачи и задания	Тест
	Собеседование	Тест
1.6. Особенности функционирования PR-служб ( типовые PR агентства, PR департаменты) в государственных, некоммерческих и коммерческих структурах.	Дискуссия	Тест
	Доклад, сообщение	Тест
	Кейс-задача	Тест
	Конспект	Тест
	Контрольная работа	Тест
	Разноуровневые задачи и задания	Тест
	Собеседование	Тест
1.7. Медиа-планирование: сущность, особенности, этапы реализации	Дискуссия	Тест
	Доклад, сообщение	Тест
	Кейс-задача	Тест
	Конспект	Тест
	Контрольная работа	Тест
	Разноуровневые задачи и задания	Тест

			Собеседование	Тест
--	--	--	---------------	------

#### 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.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство									
	Конспект	Доклад-сообщение	Кейс-задача	Собеседование		Творческое задание	Круглый стол	Контрольная работа	Экзамен (тестирование)	Итого
Лекции		10								10
Практические занятия			15	10	15		15			55
Самостоятельная работа	5							10		15
Промежуточная аттестация									20	20
Итого:										100

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 Перечень тем докладов, сообщений

1. Основные подходы к определению PR.
2. PR и «связи с общественностью»: сущность понятий.
3. Категория «общественность»: сущность, составляющие.
4. PR как искусство.

5. PR как сфера деятельности (коммуникации).
6. PR как функция управления коммуникациями.
7. PR как система.
8. PR и реклама: сходство и различия.
9. PR и его связь с другими дисциплинами.
10. Зарубежный опыт функционирования PR деятельности.
11. Российская практика функционирования PR деятельности.
12. Мировое и российское PR-сообщество: становление и развитие.

*Краткие методические указания*

Доклад, сообщение - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

*Шкала оценки*

№	Баллы	Описание
5	10	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы, научную литературу для подтверждения правильности собственной позиции.
4	8	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы для подтверждения правильности собственной позиции.
3	5	Студент представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать аналитические документы для подтверждения правильности собственной позиции.
2	3	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

## 5.2 Конспект лекции

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ: цель, сфера применения, общие требования к рекламе, государственный надзор в сфере рекламы.
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.03.2020) «О средствах массовой информации»: общие положения, организация деятельности СМИ.
3. Международные профессиональные кодексы и стандарты.
4. Принципы проведения тендеров Европейской ассоциации рекламных агентств.
5. Хельсинкская хартия.
6. Профессиональная хартия Международного комитета ассоциаций PR-консультантов.
7. Афинский кодекс.
8. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR.
9. Международный кодекс по практике маркетинговых и социальных исследований.
10. Международный кодекс рекламной деятельности Международной торговой палаты.
11. Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью.
12. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.

*Краткие методические указания*

Конспект - продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.

*Шкала оценки*

№	Баллы	Описание
---	-------	----------

5	5	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы, научную литературу для подтверждения правильности собственной позиции.
4	4	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы для подтверждения правильности собственной позиции.
3	3	Студент представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать аналитические документы для подтверждения правильности собственной позиции.
2	2	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

### 5.3 Примеры заданий для выполнения контрольных работ

Раскрыть основные принципы использования функций PR деятельности в любой из представленных сфер (сфера на выбор: сервис, бизнес, политика). Привести примеры.

*Краткие методические указания*

Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

*Шкала оценки*

№	Баллы	Описание
5	10	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы, научную литературу для подтверждения правильности собственной позиции.
4	7	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы для подтверждения правильности собственной позиции.
3	5	Студент представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать аналитические документы для подтверждения правильности собственной позиции.
2	3	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

### 5.4 Задания для решения кейс-задачи

Компания «Росагротрейд» планирует представить на рынок фасованные макароны в новой упаковке. Одна из региональных рекламных компаний разработала варианты дизайна для новой упаковки. Предложенные варианты дизайна требовалось оценить с точки зрения потенциальных потребителей.

Было принято решение провести маркетинговое исследование с целью выявления предпочтений потребителей в отношении внешнего вида упаковки, содержания надписей на упаковке продукции и определения критериев выбора макаронных изделий. В рамках этого исследования руководству компании предполагалось получить информацию о потребительских предпочтениях представителей целевой аудитории. Перед исследовательской фирмой были поставлены следующие задачи:

- оценить восприятие потребителем общего дизайна упаковки продукции заказчика;
- оценить восприятие потребителем сведений, содержащихся на упаковке макаронных изделий;
- определить предпочтения потребителей по содержанию надписей на упаковке макаронных изделий;
- выявить предпочтения потребителей по типам макаронных изделий (фасованная/нефасованная продукция);
- определить рейтинг критериев выбора потребителем макаронных изделий.

Наиболее подходящим методом сбора информации (с учетом финансовых



ограничений на проведение маркетингового исследования) было тестирование упаковки в местах продаж макаронных изделий.

Вопросы:

1. В каких типах торговых точек необходимо провести маркетинговое исследование?
2. Какой метод формирования выборки торговых точек предпочтительно использовать в данной ситуации (детерминированной или вероятностной), объясните почему?
3. Каковы должны быть критерии отбора респондентов для участия в холл-тесте?
4. Какие технические средства для реализации маркетинговых исследований, возможно применить в данной проблемном задании?

*Краткие методические указания*

Кейс-задача - проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.

*Шкала оценки*

№	Баллы	Описание
5	15	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы, научную литературу для подтверждения правильности и собственной позиции.
4	10	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы для подтверждения правильности собственной позиции.
3	8	Студент представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать аналитические документы для подтверждения правильности собственной позиции.
2	5	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

### 5.5 Примерный перечень вопросов по темам

1. Массовая коммуникация: понятие, история.
2. Стадии развития массовой коммуникации.
3. Средства массовой коммуникации.
4. Функции средств массовой коммуникации.
5. Методы и модели исследования массовой коммуникации.
6. Аудитория массовой коммуникации.
7. Типы аудитории.
8. Непонимание информации.
9. Функции массовой коммуникации.

*Краткие методические указания*

Собеседование - средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

*Шкала оценки*

№	Баллы	Описание
5	10	Студент демонстрирует сформированность умений на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно выполнять практические задания, свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
4	7	Студент демонстрирует сформированность умений на среднем уровне: основные умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при изложении, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

3	5	Студент демонстрирует сформированность умений на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных умений, студент испытывает значительные затруднения при оперировании умениями и при их переносе на новые ситуации.
2	3	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

### 5.6 Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

На основе полученных теоретических знаний в ходе лекционного курса об основах работы пресс-служб, их функциях и структуре, а также технологиях взаимодействия пресс-службы и СМИ проанализировать работу пресс-службы (пресс-служба на выбор: государственная, некоммерческая и коммерческая структура), выявив проблемные моменты и предложив пути совершенствования работы выбранной пресс-службы. Студенческая группа делится на 6 малых групп и выполняет работу коллективно.

#### *Краткие методические указания*

Творческое задание - частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

#### *Шкала оценки*

№	Баллы	Описание
5	15	Студент демонстрирует сформированность умений на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно выполнять практические задания, свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
4	10	Студент демонстрирует сформированность умений на среднем уровне: основные умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при изложении, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
3	8	Студент демонстрирует сформированность умений на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных умений, студент испытывает значительные затруднения при оперировании умениями и при их переносе на новые ситуации.
2	5	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

### 5.7 Дискуссия

На основе полученных теоретических знаний в ходе лекционного курса о сущности медиа-планирования разработать и презентовать собственный «продукт» медиа-планирования на выбор (медиа-план, пресс-релиз, приглашение на пиар мероприятие, информационная справка, заявление для печати, портфолио). Участникам круглого стола (дискуссия, полемика, диспут, дебаты) представляется возможным выявить допущенные ошибки и недостатки, обсудить спорные вопросы, возникшие проблемы при выполнении данного задания и дать оценку представленным работам, а авторам аргументировать собственную точку зрения.

#### *Краткие методические указания*

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

#### *Шкала оценки*

№	Баллы	Описание
5	15	Студент демонстрирует сформированность умений на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно выполнять практические задания, свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

4	10	Студент демонстрирует сформированность умений на среднем уровне: основные умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при изложении, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
3	8	Студент демонстрирует сформированность умений на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных умений, студент испытывает значительные затруднения при оперировании умениями и при их переносе на новые ситуации.
2	5	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

### 5.8 Примеры тестовых заданий

1. Разработка маркетинговой концепции является элементом

- 1)рекламной кампании
- 2)прогнозирования маркетинговых стратегий
- 3)планирования пиара
- 4)управления пиаром

2. Коммуникация, коммуникационные механизмы, коммуникационные операции, призванные осуществлять информационное взаимодействие между индивидами и группами индивидов

- 1)связи с общественностью
- 2)пиар
- 3)слухи
- 4)связи

3. Дисциплина, рассматривающая коммуникацию как комплексную модель рыночного взаимодействия с партнерами, связанная с движением товара, обменом информацией, технологией, знаниями, опытом

- 1)социология
- 2)маркетинг
- 3)менеджмент
- 4)связи с общественностью

4. Информирование общественности относится к

- 1)свойству пиара
- 2)виду пиара
- 3)приему пиара
- 4)функции пиара

*Краткие методические указания*

Тест - система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося

*Шкала оценки*

№	Баллы	Описание
5	16–20	Студент демонстрирует сформированность знаний, умений и навыков на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, свободно оперирует приобретенными знаниями.
4	12–15	Студент демонстрирует сформированность знаний, умений и навыков на среднем уровне: основные знания освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности.
3	8–11	Студент демонстрирует сформированность знаний, умений и навыков на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний.
2	4–7	Студент демонстрирует сформированность знаний, умений и навыков на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний.
1	0–3	Знания не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений и навыков.