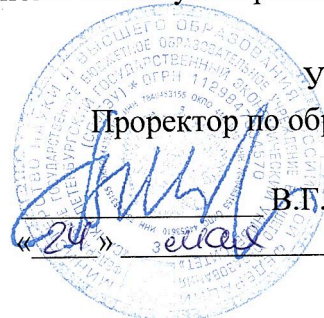


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности

В.Г. Шубаева

20 23 г.

Организация отдела по рекламе и связям с общественностью

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки/ Специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы/ Специализация Реклама и связи с общественностью в бизнесе

Уровень высшего образования Бакалавриат

Форма обучения очная

Год набора 2023

Составитель(и):

к.филол.н, Чибисова Елена Александровна

Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах: Экзамен: семестр 7
в том числе:		
контактная работа	64	
самостоятельная работа	44	
практическая подготовка	0	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины:

Семестр:	7
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	36
Практические занятия	28
Лабораторные работы	
Итого аудиторных часов	64
Самостоятельная работа	44
Часы на контроль	36
Итого академических часов	144
Общая трудоемкость в зачетных единицах	4

Санкт-Петербург
2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	3
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*	4
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
5.1 Рекомендуемая литература	6
5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства	7
5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД).....	7
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	10
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	11
1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации	11
1.2 Темы письменных работ.....	12
1.3 Контрольные точки	12
1.4 Другие объекты оценивания	13
1.5 Самостоятельная работа обучающегося	13
1.6 Шкала оценивания результата	13

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	Получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и связей с общественностью в организации и практических навыков в решении задач оперативного управления отделом, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела.
--------------	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Организация отдела по рекламе и связям с общественностью относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4 - Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК-4.2 - Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	<p>Знать: виды документации по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.</p> <p>Уметь: составлять основные документы по сопровождению работы отдела рекламы и связей с общественностью и/или отдельного коммуникационного проекта в рамках работы отдела.</p> <p>Владеть: навыками ведения документооборота отдела рекламы и связей с общественностью и/или отдельного коммуникационного проекта в рамках работы отдела.</p>
ПК-2 - Способен участвовать в реализации коммуникационных продуктов, проектов	ПК-2.2 - Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	<p>Знать: основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью и профессиональные требования к его сотрудникам, специфику управления отделом рекламы и связей с общественностью как внутреннего подразделения организации; традиционные и инновационные рекламные и PR-технологии, необходимые для выстраивания коммуникаций с целевыми аудиториями организации: руководством, сотрудниками, клиентами, СМИ и СМК, партнерами, профессиональным сообществом, властью, инвесторами, широкой общественностью, внешними агентствами и консультантами;</p>

		<p>ключевые показатели эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью, методы оценки отдела рекламы и связей с общественностью в целом и отдельного коммуникационного проекта в рамках работы отдела.</p> <p>Уметь: осуществлять под руководством стратегическое, тактическое и оперативное планирование работы отдела; определять критерии эффективности рекламной и PR-деятельности организации и/или отдельного коммуникационного проекта в рамках работы отдела.</p> <p>Владеть: навыками согласования направлений и содержания работы отдела рекламы и связей с общественностью с руководством и другими подразделениями организации; навыками оценки эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью и/или отдельного коммуникационного проекта в рамках работы отдела.</p>
УК-9 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.2 - Применяет методы экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления финансами в различных областях жизнедеятельности, контролирует экономические и финансовые риски	<p>Знать: принципы бюджетирования работы отдела рекламы и связей с общественностью, основные статьи расходов.</p> <p>Уметь: производить расчет бюджета коммуникационной деятельности организации и/или отдельного коммуникационного проекта в рамках работы отдела рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Владеть: навыками оценки экономической эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью и отдельных мероприятий/проектов в рамках работы отдела.</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)			
		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
Тема 1. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в создании	Организационная структура предприятия. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней	2			2

эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.	коммуникации. Роль и функции отдела в системе менеджмента качества организации.				
Тема 2. Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в государственных, некоммерческих и коммерческих организациях.	Структура и основные направления деятельности PR-отделов в органах государственной власти. Пресс-службы и пресс-центры в органах государственной власти: структура и основные функции. Задачи, функции, структура PR-отделов в некоммерческих политических и общественных организациях. Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в коммерческих организациях. Структура и численность PR-отдела в крупных, средних, малых предприятиях.	4	2		2
Тема 3. Регулятивная документация отдела рекламы и связей с общественностью.	Должностное и штатное расписание отдела рекламы и связей с общественностью Положение об отделе рекламы и связей с общественностью: принципы создания и порядок утверждения, структура Положения. Должностные инструкции и регламенты деятельности сотрудников отдела. Критерии оценки статуса и профессиограмма соискателя должности. Положение об аккредитации журналистов СМИ. Корпоративные кодексы. Брендбук.	4	4		6
Тема 4. Взаимодействие отдела рекламы и связей с общественностью с другими подразделениями организации.	Взаимодействие PR-подразделений с другими подразделениями организации: руководством, финансово службой, отделом маркетинга, управлением по сбыту, управлением по работе с персоналом, юридическим отделом и другие ключевыми корпоративными структурами компании.	2	2		4
Тема 5. Планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью.	Исследовательский сегмент в работе отдела рекламы и связей с общественностью: медиаанализ, ситуационный анализ, коммуникационный аудит. Постановка целей, разработка стратегии и тактики рекламной и PR-деятельности. Медиапланирование и разработка контент-плана в работе отдела рекламы и связей с общественностью.	4	4		4
Тема 6. Бюджетирование работы отдела рекламы и связей с общественностью.	Принципы разработки бюджета. Основные статьи расходов. Пути оптимизации расходов организации на рекламную и PR-деятельность.	2	2		4
Тема 7. Задачи отдела рекламы и связей с общественностью по взаимодействию со средствами массовой	Медиарилейшнз в работе отдела рекламы и связей с общественностью. Организация работы пресс-центра. Организация мероприятий для СМИ. Аккредитация журналистов СМИ.	2	2		4

информации.					
Тема 8. Задачи отдела по работе органами государственной власти и общественными организациями, партнерами и инвесторами.	Формы взаимодействия отдела по работе с органами государственной власти, общественными организациями, партнерами. Фандрайзинг, спонсорство, благотворительность.	4	4		4
Тема 9. Творческий сегмент в работе PR-отдела.	Производство презентационных материалов и рекламно-имиджевой продукции: современные тренды. Создание корпоративных видеороликов и презентационных фильмов. Разработка контента для медиасреды.	4	4		6
Тема 10. Задачи отдела рекламы и связей с общественностью по организации внутрикорпоративных коммуникаций.	Основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом. Инструменты управления корпоративной культурой. Виды и задачи корпоративных СМИ. Разработка и реализация корпоративных мероприятий. Система обратной связи с персоналом.	4	2		4
Тема 11. Оценка эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью.	Проблема определения критериев оценки эффективности (KPI) в коммуникационной деятельности. Основные показатели эффективности специалиста по коммуникациям - PR, реклама, SMM. Отчетность в работе отдела рекламы и связей с общественностью.	4	2		4
Контроль:					36
Всего по дисциплине:		36	28	0	44

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с.	https://znanium.com/read?id=350984
Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 294 с.	https://urait.ru/viewer/sovrem...ya-press-sluzhba-447084#page/1

Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А.Евстафьев - Москва : Дашков и К, 2019. - 512 с.	https://znanium.com/read?id=358156
---	---

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- ОС Альт образование 10
- LibreOffice
- СКАН Интерфакс

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5.	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary www.oecd-ilibrary.org
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.consultant.ru)
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.garant.ru)
8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.kodeks.ru)
9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
12.	Электронная библиотека СПБГЭУ – opac.unecon.ru

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование учебных аудиторий, перечень	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
<p>Ауд. 209 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 16 посадочных мест (16 компьютерных столов, 16 стульев), учебная мебель на 18 посадочных мест (9 учебных столов, 18 стульев), рабочее место преподавателя, доска маркерная 1 шт., вешалка, стойка, Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 16 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Экран с электроприводом ScreenMedia Champion 203x153см (SCM-4303) - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>
<p>Ауд. 340 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 25 посадочных мест, рабочее место преподавателя, тумба - 1 шт., доска маркерная - 1 шт., вешалка стойка - 2 шт., жалюзи - 2 шт., Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 12 шт., Ноутбук HP 250 G6 1WY58EA - 13 шт. Гарнитура Sanako SLH07 с кабелем RJ11 - USB 1,5 метра - 12 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>
<p>Ауд. 363 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 12 посадочных мест, учебная мебель на 8 посадочных мест (учебных столов 8 шт., стульев 16 шт.), рабочее место преподавателя, доска маркерная 1 шт., вешалка стойка 1 шт., жалюзи 1 шт. Компьютер Universal №1 - 4 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 10 шт., Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 1 шт., Сетевой коммутатор Switch на 24+2 порта - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

- учебно-методической документацией;
- локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;
- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
- метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации

1. Типы организационных структур управления.
2. Эффективный тип организационной структуры управления рекламного/коммуникационного агентства (на конкретном примере).
3. Роль и задачи отдела рекламы и связей с общественностью как управленческо-организационной структуры организации.
4. Тенденции в подходах к организации деятельности отделов рекламы и связей с общественностью. Преимущества и недостатки создания собственного отдела рекламы и связей с общественностью в организации.
5. Штатное расписание отдела РиСО: структура, содержание.
6. Основные профессии специалистов, работающих в отделе РиСО, и их должностные обязанности.
7. Творческий сегмент в работе отдела РиСО: должностные обязанности сотрудников.
8. Статус руководителя отдела РиСО, основные должностные обязанности руководителя отдела.
9. Планирование работы отдела РиСО: основные принципы планирования, виды планов.
10. Положение о работе отдела РиСО: принципы создания и порядок утверждения, структура положения.
11. Профессиограмма соискателя должности сотрудника отдела РиСО.
12. Анализ ситуации, постановка целей, разработка стратегии и тактики рекламной и PR-деятельности организации.
13. Принципы составления медиа-карты.
14. Медиапланирование в работе отдела.
15. Принципы разработки бюджета. Виды расходов организации на рекламную и PR-деятельность.
16. Пути оптимизации расходов организации на рекламную и PR-деятельность.
17. Основные этапы подготовки и представления отчетов о работе отдела, виды отчетов.
18. Специфика деятельности отдела РиСО в государственном секторе: структура, функции, содержание деятельности.
19. Специфика деятельности отдела РиСО в политической сфере: структура, функции, содержание деятельности.
20. Специфика деятельности отдела РиСО в некоммерческом секторе: структура, функции, содержание деятельности.
21. Специфика деятельности отдела РиСО в коммерческом секторе: структура, функции, содержание деятельности.
22. Структура и численность отдела РиСО в крупных коммерческих корпорациях. Специализации сотрудников отдела РиСО (на конкретном примере).
23. Структура и численность отдела РиСО на средних предприятиях. Специализации сотрудников отдела РиСО (на конкретном примере).
24. Структура и численность отдела РиСО на малых предприятиях. Специализации сотрудников отдела РиСО (на конкретном примере).
25. Взаимодействие отдела РиСО с руководством организации.

26. Взаимодействие отдела РиСО с финансовой службой организации.
27. Взаимодействие отдела РиСО с производственным отделом организации.
28. Взаимодействие отдела РиСО с отделом НИОКР организации.
29. Взаимодействие отдела РиСО с кадровой службой организации.
30. Взаимодействие отдела РиСО с юридическим отделом организации.
31. Взаимодействие отдела РиСО с отделом маркетинга организации.
32. Взаимодействие отдела РиСО с отделом сбыта/продаж организации.
33. Взаимодействие отдела РиСО со средствами массовой информации: основные формы и принципы сотрудничества.
34. Взаимодействие отдела РиСО с органами государственной власти: основные принципы, инструменты и формы.
35. Взаимодействие отдела РиСО с общественными организациями: основные принципы, инструменты и формы.
36. Технологии фандрайзинга и спонсоринга в коммуникационной деятельности организации.
37. Организация работы пресс-центра. Положение об аккредитации журналистов.
38. Пресс-службы и пресс-центры в органах государственной власти: структура и основные функции.
39. Создание рекламно-имиджевой продукции организации: современные тренды.
40. Профессиональные компетенции специалистов, отвечающих за коммуникации организации в диджитал-среде.
41. Критерии оценки эффективности работы отделов рекламы и связей с общественностью.
42. Методы оценки эффективности деятельности отделов рекламы и связей с общественностью.
43. Деятельность отделов рекламы и связей с общественностью по созданию информационных поводов: организация событий.
44. Внутрикorporативные коммуникации в деятельности отделов рекламы и связей с общественностью.
45. Виды корпоративных СМИ и задачи связей с общественностью, решаемые с их помощью. Разработка концепции корпоративного СМИ.
46. Деятельность отделов рекламы и связей с общественностью в кризисных ситуациях.
47. Специфика организации взаимодействия отдела РиСО со СМИ в кризисные периоды.
48. Основные виды и направления деятельности отдела РиСО в сети Интернет.
49. Критерии оценки эффективности деятельности отдела РиСО в диджитал-среде.
50. Способы оптимизации ресурсов в деятельности отдела РиСО.

1.2 Темы письменных работ

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	Аналитическая работа	письменно	1-3
2	Деловая игра	письменно	1-11

3	Текущий контроль	с помощью технических средств и информационных систем	1-11
---	------------------	---	------

1.4 Другие объекты оценивания

Наименования объекта оценивания	Способ проведения	Номера тем
Доклад	устно	2-11
Коллоквиум	устно	1-11
Практическая работа	устно	1-11

1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Подготовка к лекционным и практическим занятиям	1-11
Работа с аналитическими базами данных, нормативными документами, справочной литературой	3
Выполнение расчетных, аналитических, расчетно-графических и др. заданий	1-4
Решение профессиональных задач	1-11
Подготовка к экзамену	1-11

1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе. Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
≤ 54	неудовлетворительно
55-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
≥ 85	отлично

Шкала оценивания результата

2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продemonстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.