

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 14.07.2021 12:38:04

Уникальный программный ключ:

5258223550ea9fbeb23726a1609b644b33d898ba66255894f2084f13a1351fac

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
АГГАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени В.Я. ГОРИНА**

«Утверждаю»

Декан экономического факультета  
к.э.н., доцент Ю. А. Китаев  
уч. степень, уч. звание подпись Ф.И.О.  
« 20 » \_\_\_\_\_ 2021 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ**

Направление подготовки: 38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль) – Управление персоналом

Квалификация – бакалавр

Год начала подготовки – 2021

**Майский, 2021**

Рабочая программа составлена с учетом требований:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12.08.2020 г. №955;
- порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 05.04.2017 г., № 301.

**Составители:** доцент кафедры экономики, к.э.н. Лебедь В. Н., доцент кафедры профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин, к.с.н. Белов А.А.

**Рассмотрена** на заседании кафедры экономики

« 19 » мая 2021 г., протокол № 13

И.о. зав. кафедрой Голованёва Е.А. Голованёва Е.А.

Руководитель основной профессиональной

образовательной программы



Чугай Д.Ю.

# I. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1. Цель дисциплины** – формирование у студентов знаний в области теории и практики связей с общественностью, умений и навыков использования современных средств с общественностью в области управления персоналом.

**1.2. Задачи:** заложить основы теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыков по созданию позитивного имиджа организации; раскрыть содержание организационных и коммуникационных связей с внутренней и внешней средой; ознакомить с современными технологиями взаимодействия организаций со средствами массовой информации (СМИ); развить навыки практического использования инструментов связей с общественностью; ознакомить с методологией исследования в области связей с общественностью; сформировать навыки делового общения.

## II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ (ОПОП)

### 2.1. Цикл (раздел) ОПОП, к которому относится дисциплина

Дисциплина «Связи с общественностью в управлении персоналом» относится к дисциплинам обязательной части (Б1.О.28) основной профессиональной образовательной программы.

### 2.2. Логическая взаимосвязь с другими частями ОПОП

<b>Наименование предшествующих дисциплин, практик, на которых базируется данная дисциплина (модуль)</b>	Документационное обеспечение управления персоналом Теории управления и управленческого консультирования Управление персоналом организации, основы кадровой политики и кадрового планирования
<b>Требования к предварительной подготовке обучающихся</b>	<b>знать:</b> содержание и структуру документационного обеспечения управления персоналом; корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации; характеристики деятельностного и коммуникативного поведения менеджеров и исполнителей <b>уметь:</b> разрабатывать и оформлять управленческие документы, используемые службами персонала; организовать совместную работу людей в рабочих группах по достижению поставленных целей; осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности на основе их делегирования <b>владеть:</b> навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций; методами управления персоналом; способностью анализировать

	доступную информацию
--	----------------------

### III. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Коды компетенций	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3	Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом, обеспечивать их документационное сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия	ОПК-3.1 Определяет мероприятия по управлению, использованию и развитию персонала	<b>знать:</b> теоретико-методологические, методические и организационные аспекты разработки и реализации стратегии управления персоналом организации <b>уметь:</b> использовать современные методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии управления персоналом организации <b>владеть:</b> навыками обоснования эффективности стратегии управления персоналом организации
		ОПК-3.2 Разрабатывает мероприятия и осуществляет документационное сопровождение по реализации стратегии управления персоналом	<b>знать:</b> основы разработки и внедрения кадровой и управленческой документации <b>уметь:</b> разрабатывать систему мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации <b>владеть:</b> методами оценки социально-экономической эффективности разработанных мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации

## IV. ОБЪЕМ, СТРУКТУРА, СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

### 4.1. Распределение объема учебной работы по формам обучения

Вид работы (в соответствии с учебным планом)	Объем учебной работы, час	
	Очная	Заочная
<b>Формы обучения</b> (вносятся данные по реализуемым формам)	<b>8</b>	<b>10</b>
<b>Семестр изучения дисциплины</b>	<b>8</b>	<b>10</b>
Общая трудоемкость, всего, час	216	216
зачетные единицы	6	6
<b>1. Контактная работа</b>		
<b>1.1. Контактная аудиторная работа (всего)</b>	<b>82,4</b>	<b>48,4</b>
В том числе:		
Лекции ( <i>Лек</i> )	40	20
Лабораторные занятия ( <i>Лаб</i> )		
Практические занятия ( <i>Пр</i> )	40	26
Установочные занятия ( <i>УЗ</i> )		
Предэкзаменационные консультации ( <i>Конс</i> )	2	-
Текущие консультации ( <i>ТК</i> )	-	2
<b>1.2. Промежуточная аттестация</b>		
Зачет ( <i>КЗ</i> )		
Экзамен ( <i>КЭ</i> )	0,4	0,4
Выполнение курсовой работы (проекта) ( <i>КНKP</i> )		
Выполнение контрольной работы ( <i>ККН</i> )	-	
<b>1.3. Контактная внеаудиторная работа (контроль)</b>	<b>8</b>	<b>5</b>
<b>2. Самостоятельная работа обучающихся (всего)</b>		
	<b>125,6</b>	<b>162,6</b>
в том числе:		
Самостоятельная работа по проработке лекционного материала	25	30
Самостоятельная работа по подготовке к лабораторно-практическим занятиям	25	30
Работа над темами (вопросами), вынесенными на самостоятельное изучение	30	40
Самостоятельная работа по видам индивидуальных заданий: подготовка реферата (контрольной работы)	25	30
Подготовка к экзамену	20,6	32,6

## 4.2 Общая структура дисциплины и виды учебной работы

Наименование модулей и разделов дисциплины	Объемы видов учебной работы по формам обучения, час							
	Очная форма обучения				Заочная форма обучения			
	Всего	Лекции	Лабораторно-практич. занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Лабораторно-практич. занятия	Самостоятельная работа
1	2	3	4	6	7	8	9	11
<b>Модуль 1. « Теоретико-методологические основы связей с общественностью в управлении персоналом»</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>60</b>	<b>102</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>80</b>
1. Связи с общественностью: понятие и сущность	14	2	2	10	15	1	2	12
2. Предпосылки возникновения и история развития связей с общественностью	14	2	2	10	15	1	2	12
3. Правовые основания связей с общественностью	18	4	4	10	18	2	2	14
4. Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности	18	4	4	10	18	2	2	14
5. Коммуникация в PR-деятельности	18	4	4	10	18	2	2	14
6. Система средств и методов связей с общественностью	18	4	4	10	18	2	2	14
<b>Модуль 2. «Деятельность служб связей с общественностью (PR) в управлении персоналом»</b>	<b>105,6</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>65,6</b>	<b>106,6</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>82,6</b>
1. PR -служба: структура и функции	14	2	2	10	15	1	2	12
2. Планирование организации связей с общественностью	14	2	2	10	17	1	2	14
3. Механизм взаимодействия со средствами массовой информации	18	4	4	10	18	2	2	14
4. Связи с общественностью в формировании корпоративного имиджа	18	4	4	10	18	2	2	14
5. Деятельность связей с общественностью в кризисных ситуациях	20	4	4	12	18	2	2	14
6. Эффективность организации работы службы PR в управлении персоналом	21,6	4	4	13,6	20,6	2	4	14,6
<i>Предэкзаменационные консультации</i>	2				-			
<i>Текущие консультации</i>	-				2			
<i>Установочные занятия</i>	-							
<i>Промежуточная аттестация</i>	0,4				0,4			
<i>Контактная аудиторная работа (всего)</i>	80	40	40	-	46	20	26	-
<i>Контактная внеаудиторная работа (всего)</i>	8				5			
<i>Самостоятельная работа (всего)</i>	125,6				162,6			
<i>Общая трудоемкость</i>	216				216			

## 4.3 Содержание дисциплины

Наименование и содержание модулей и разделов дисциплины
<b>Модуль 1. «Теоретико-методологические основы связей с общественностью в управлении персоналом»</b>
<b>1. Связи с общественностью: понятие и сущность</b>
1.1. Понятие «связи с общественностью»
1.2. PR и родственные понятия: сходство и отличие
1.3. Функции PR. Принципы PR
<b>2. Предпосылки возникновения и история развития связей с общественностью</b>
2.1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью
2.2. История зарубежного PR
2.3. История PR в России
<b>3. Правовые основания связей с общественностью</b>
3.1. Правовое обеспечения связей с общественностью
3.2. Профессиональная этика PR-специалиста
3.3. Профессиональные требования к PR-специалисту
<b>4. Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности</b>
4.1. Общественность и общественное мнение
4.2. Методы изучения общественного мнения
4.3. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения
4.4. Взаимодействие с государством
<b>5. Коммуникация в PR-деятельности</b>
5.1. Коммуникация и коммуникативный процесс
5.2. Виды и средства коммуникации
5.3. Сущность массовой коммуникации
5.4. Маркетинговые коммуникации
<b>6. Система средств и методов связей с общественностью</b>
6.1. PR-кампания как основной инструмент связей с общественностью
6.2. Методы реализации PR-кампаний
6.3. Оценка эффективности PR-кампаний
6.4. Организация и проведение организационно-представительских и специальных мероприятий
<b>Модуль 2. «Деятельность служб связей с общественностью (PR) в управлении персоналом»</b>
<b>1. PR -служба: структура и функции</b>
1.1. Организационные формы управления PR.
1.2. Содержание и задачи деятельности подразделения по связям с общественностью
1.3. Структура подразделения по связям с общественностью
1.4. Информационное обеспечение отдела PR в управлении персоналом
<b>2. Планирование организации связей с общественностью</b>
2.1. Стратегическое планирование
2.2. Виды тактического планирования
2.3. Планирование PR-кампании и ее бюджета
<b>3. Механизм взаимодействия со средствами массовой информации</b>
3.1. Формы взаимодействия со СМИ
3.2. Материалы для распространения
3.3. Новостные PR-мероприятия
3.4. PR-кампания в ИНТЕРНЕТЕ
<b>4. Связи с общественностью в формировании корпоративного имиджа</b>
4.1. Структура корпоративного имиджа
4.2. Формирование корпоративного имиджа
4.3. Связи с общественностью в формировании организационной культуры
4.4. Средства корпоративных связей с общественностью в управлении персоналом
<b>5. Деятельность связей с общественностью в кризисных ситуациях</b>
5.1. Кризисная ситуация: характеристика и типология
5.2. Коммуникации службы связей с общественностью в период кризисной ситуации
5.3. Алгоритм процесса работы связей с общественностью в кризисных ситуациях
5.4. Цикл действий в конфликтной ситуации
<b>6. Эффективность организации работы службы PR в управлении персоналом</b>
6.1. Оценка эффективности связей с общественностью в управлении персоналом
6.2. Стандарты PR-качества и PR-сертификации
6.3. Рекомендации по организации эффективной работы службы PR в управлении

## V. ОЦЕНКА ЗНАНИЙ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 5.1. Формы контроля знаний, рейтинговая оценка и формируемые компетенции (очная форма обучения)

№ п/п	Наименование рейтингов, модулей и блоков	Формируемые компетенции	Объем учебной работы				Форма контроля знаний	Количество баллов (min)	Количество баллов (max)
			Общая трудоемкость	Лекции	Лабораторно-практические занятия	Самостоятельная работа			
<b>Всего по дисциплине</b>			<b>216</b>					<b>51</b>	<b>100</b>
<b><i>I. Рубежный рейтинг</i></b>								<b>31</b>	<b>60</b>
<b>Модуль 1. «Теоретико-методологические основы связей с общественностью в управлении персоналом»</b>			<b>100</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>60</b>		<b>15</b>	<b>30</b>
1.	Связи с общественностью: понятие и сущность	ОПК-3.1	14	2	2	10	Устный опрос	2	5
2.	Предпосылки возникновения и история развития связей с общественностью	ОПК-3.1	14	2	2	10	Устный опрос, реферат	2	5
3.	Правовые основания связей с общественностью	ОПК-3.1	18	4	4	10	Устный опрос	2	5
4.	Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности	ОПК-3.1	18	4	4	10	Устный опрос, решение задач	3	5
5.	Коммуникация в PR-деятельности	ОПК-3.1	18	4	4	10	Устный опрос	3	5
6.	Система средств и методов связей с общественностью	ОПК-3.1	18	4	4	10	Решение задач, тестирование	3	5
<b>Модуль 2. «Деятельность служб связей с общественностью (PR) в управлении персоналом»</b>			<b>105,6</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>65,6</b>		<b>16</b>	<b>30</b>
1.	PR -служба: структура и функции	ОПК-3.2	14	2	2	10	Устный опрос, решение задач	2	5
2.	Планирование организации связей с общественностью	ОПК-3.2	14	2	2	10	Устный опрос, решение задач	2	5
3.	Механизм взаимодействия со средствами массовой информации	ОПК-3.2	18	4	4	10	Устный опрос, решение задач	3	5
4.	Связи с общественностью в формировании корпоративного имиджа	ОПК-3.2	18	4	4	10	Устный опрос, реферат	3	5
5.	Деятельность связей с общественностью в кризисных ситуациях	ОПК-3.2	20	4	4	12	Устный опрос, решение задач	3	5
6.	Эффективность организации работы службы PR в управлении персоналом	ОПК-3.2	21,6	4	4	13,6	Решение задач, тестирование	3	5
<b><i>II. Творческий рейтинг</i></b>							Участие в конференциях	2	5
<b><i>III. Рейтинг личностных качеств</i></b>								3	10
<b><i>IV. Рейтинг сформированности прикладных практических требований</i></b>								+	+
<b><i>V. Промежуточная аттестация</i></b>			<b>0,4</b>				<b>Экзамен</b>	<b>15</b>	<b>25</b>



## 5.2. Оценка знаний студента

### 5.2.1. Основные принципы рейтинговой оценки знаний

Оценка знаний по дисциплине осуществляется согласно Положению о балльно-рейтинговой системе оценки обучения в ФГБОУ Белгородского ГАУ.

Уровень развития компетенций оценивается с помощью рейтинговых баллов.

Рейтинги	Характеристика рейтингов	Максимум баллов
Рубежный	Отражает работу студента на протяжении всего периода изучения дисциплины. Определяется суммой баллов, которые студент получит по результатам изучения каждого модуля.	60
Творческий	Результат выполнения студентом индивидуального творческого задания различных уровней сложности, в том числе, участие в различных конференциях и конкурсах на протяжении всего курса изучения дисциплины.	5
Рейтинг личностных качеств	Оценка личностных качеств обучающихся, проявленных ими в процессе реализации дисциплины (модуля) (дисциплинированность, посещаемость учебных занятий, сдача вовремя контрольных мероприятий, ответственность, инициатива и др.)	10
Рейтинг сформированности и прикладных практических требований	Оценка результата сформированности практических навыков по дисциплине (модулю), определяемый преподавателем перед началом проведения промежуточной аттестации и оценивается как «зачтено» или «не зачтено».	+
Промежуточная аттестация	Является результатом аттестации на окончательном этапе изучения дисциплины по итогам сдачи экзамена. Отражает уровень освоения информационно-теоретического компонента в целом и основ практической деятельности в частности.	25
Итоговый рейтинг	Определяется путём суммирования всех рейтингов	100

Итоговая оценка компетенций студента осуществляется путём автоматического перевода баллов общего рейтинга в стандартные оценки:

Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
менее 51 балла	51-67 баллов	67,1-85 баллов	85,1-100 баллов

### 5.2.2. Критерии оценки знаний студента на экзамене

На экзамене студент отвечает в письменно-устной форме на вопросы экзаменационного билета (2 вопроса и задача).

Количественная оценка на экзамене определяется на основании следующих критериев:

- оценку «отлично» заслуживает студент, показавший всестороннее систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой; как правило, оценка «отлично» выставляется студентам,

усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины и их значение для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;

- оценку «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе; как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

- оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой; как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему проблемы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжать обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

**5.3. Фонд оценочных средств. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки формируемых компетенций по дисциплине (приложение 1)**

## **VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Основная учебная литература**

1.ВаракутаС.А.Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 207с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=371726>

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Связи с общественностью в управлении персоналом [Электронный ресурс]: методические указания для проведения практических занятий и самостоятельной работы студентов по направлению 38.03.03 «Управление персоналом (уровень бакалавриата)» / Л. В. Склярова; Белгородский ГАУ. -

Белгород: Белгородский ГАУ, 2016. – Режим доступа: [http://lib.belgau.edu.ru/cgi-bin/irbis64r\\_15/cgiirbis\\_64.exe?LNG=&C21COM=F&I21DBN=BOOKS\\_READER&P21DBN=BOOKS&Z21ID=102915205852592415&Image\\_file\\_name=OnlyEC%5CSklyarovaL%2EV%2ESvyazi\\_obschestvennosty\\_u\\_upravlenii\\_personalom%2EMetodich%2Eukazaniya%2Epdf&mfn=52988&FT\\_REQUEST=связи%20с%20общественностью%20в%20управлении%20персоналом&CODE=9999&PAGE=1](http://lib.belgau.edu.ru/cgi-bin/irbis64r_15/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=F&I21DBN=BOOKS_READER&P21DBN=BOOKS&Z21ID=102915205852592415&Image_file_name=OnlyEC%5CSklyarovaL%2EV%2ESvyazi_obschestvennosty_u_upravlenii_personalom%2EMetodich%2Eukazaniya%2Epdf&mfn=52988&FT_REQUEST=связи%20с%20общественностью%20в%20управлении%20персоналом&CODE=9999&PAGE=1)

### **6.2.1. Периодические издания**

1. Гуманитарные научные исследования. Электронный научно-практический журнал. Режим доступа: <http://human.snauka.ru/>
2. Социально-гуманитарные исследования и технологии. Научно-практический журнал. Режим доступа: <http://sgtjournal.ru/>
3. PR в России. Всероссийский научно-популярный журнал. Режим доступа: [http://pr.web-3.ru/periodical/?id\\_site=2027](http://pr.web-3.ru/periodical/?id_site=2027)
4. 7 статей. Журнал. Режим доступа: <http://7statey.ru/>
5. Сообщение. Журнал. Режим доступа: [www.soob.ru/](http://www.soob.ru/);
6. Пресс-служба. Всероссийский специализированный журнал для руководителей и сотрудников пресс-служб, пресс-секретарей и специалистов по связям с общественностью. Режим доступа: [www.press-service.ru/](http://www.press-service.ru/);
7. Корпоративная культура. Журнал. Режим доступа: [www.c-culture.ru/](http://www.c-culture.ru/).

### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Самостоятельная работа обучающихся заключается в инициативном поиске информации о наиболее актуальных проблемах, которые имеют большое практическое значение и являются предметом научных дискуссий в рамках изучаемой дисциплины.

Самостоятельная работа планируется в соответствии с календарными планами рабочей программы по дисциплине и в методическом единстве с тематикой учебных аудиторных занятий.

#### **6.3.1. Методические указания по освоению дисциплины**

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лабораторно - практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (методика полевого опыта), решение задач по алгоритму и решение ситуационных задач Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме.
Самостоятельная работа	Знакомство с электронной базой данных кафедры морфологии и физиологии, основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др. Решение ситуационных задач по своему индивидуальному варианту, в которых обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. Тестирование - система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, полученные навыки по решению ситуационных задач

### **6.3.2. Видеоматериалы**

Каталог учебных видеоматериалов на официальном сайте ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ – Режим доступа:

<http://www.bsaa.edu.ru/InfResource/library/video/veterinary%20.php>

### **6.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы**

1. [www.raso.ru](http://www.raso.ru) — Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО);
2. <http://www.akospr.ru/> — Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС);

3. <https://www.ipra.org/> — Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA);
4. [www.iccopr.com](http://www.iccopr.com) — Международная организация компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO);
5. <http://www.communicators.ru/> — Международная ассоциация бизнес-коммуникаций (IABC);
6. [www.publicity.ru](http://www.publicity.ru) — Международный клуб PR-управляющих;
7. [www.prnews.ru](http://www.prnews.ru) — специализированный сервер PRNews для распространения корпоративной информации. Постоянно обновляется раздел «Справочная информация»;
8. [www.triz-ri.ru](http://www.triz-ri.ru) — система «Триз-шанс», посвящена методикам и технологиям рекламы, PR, маркетинга и бизнеса;
9. [www.pronline.ru](http://www.pronline.ru) — информационный портал «PROnLine». На сайте размещены новости рынка PR, теоретические и практические статьи, интервью с ведущими специалистами рынка, а также каталог ресурсов, посвященных PR и рекламе;
10. [www.pr-life.ru](http://www.pr-life.ru) — информационный портал: все необходимое PR-специалисту;
11. [www.corpmedia.ru](http://www.corpmedia.ru) — сайт Ассоциации корпоративных медиа, где представлен мониторинг событий, связанных с развитием корпоративных СМИ в России. Наиболее полный библиографический список российских публикаций по данной тематике и другие материалы
12. Российское образование. Федеральный портал <http://www.edu.ru>
13. Центральная научная сельскохозяйственная библиотека <http://www.cnsnb.ru/>
14. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru>
15. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU– Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
16. Электронно-библиотечная система «Лань» <http://lanbook.com/>
17. Электронно-библиотечная система «Знаниум»/ <http://znanium.com>
18. Справочно-правовая система КонсультантПлюс/ <http://www.consultant.ru/>
19. Справочно-правовая система Гарант/ <http://www.garant.ru/>

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**7.1. Помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории**

<b>Виды помещений</b>	<b>Оборудование и технические средства обучения</b>
Учебная аудитория для проведения занятий	Специализированная мебель, трибуна, мультимедийный проектор EPSON, экран проектора, аудиосистема (колонки)

<b>Виды помещений</b>	<b>Оборудование и технические средства обучения</b>
лекционного типа № 1	MicrolabElectronicsCo, Ltd), ноутбук Lenovo
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 201	Специализированная мебель, доска настенная, кафедра, комплект мультимедийного оборудования: проектор EPSON; экран проектора Digis-1, аудиосистема (колонки Sven – 2 шт) ноутбук
Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ (читальные залы библиотеки)***	Специализированная мебель; комплект компьютерной техники в сборе (системный блок: Asus P4BGL-MX\Intel Celeron, 1715 MHz\256 Мб PC2700 DDR SDRAM\ST320014A (20 Гб, 5400 RPM, Ultra-ATA/100)\ NEC CD-ROM CD-3002A\Intel(R) 82845G/GL/GE/PE/GV Graphics Controller, монитор: Proview 777(N) / 786(N) [17" CRT], клавиатура, мышь.); Foxconn G31MVP/G31MXP\DualCore Intel Pentium E2200\1 ГБ DDR2-800 DDR2 SDRAM\MAXTOR STM3160215A (160 ГБ, 7200 RPM, Ultra-ATA/100)\Optiarc DVD RW AD-7243S\Intel GMA 3100 монитор: acer v193w [19"], клавиатура, мышь.) с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечения доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ; настенный плазменный телевизор SAMSUNG PS50C450B1 Black HD (диагональ 127 см); аудио-видео кабель HDMI
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования №214.	Специализированная мебель: 3 стола, 2 полумягких стула, 3 тумбочки, 2 книжных шкафа, 1 шкаф платяной двухстворчатый, 1 сейф. Рабочее место лаборанта: компьютер (системный блок, монитор клавиатура мышь), МФУ BROTHER (принтер, сканер, ксерокс).

## 7.2. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

<b>Виды помещений</b>	<b>Оборудование</b>
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа №1.	MS Windows WinStrtr 7 Acdmc Legalization RUS OPL NL. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acdmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; Anti-virus Kaspersky Endpoint Security для бизнеса (Сублицензионный договор №28 от 08.11.2018) - 522 лицензия. Срок действия лицензии с 08.11.2018 по 08.11.2019
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №201	MS Windows WinStrtr 7 Acdmc Legalization RUS OPL NL. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acdmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; Anti-virus Kaspersky Endpoint Security для бизнеса (Сублицензионный договор №28 от 08.11.2018) - 522 лицензия. Срок действия лицензии с 08.11.2018 по 08.11.2019

Виды помещений	Оборудование
Помещения для самостоятельной работы обучающихся с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ (читальные залы библиотеки)	Microsoft Imagine Premium Electronic Software Delivery. Сублицензионный договор №937/18 на передачу неисключительных прав от 16.11.2018. Срок действия лицензии- бессрочно. MS Office Std 2010 RUSOPLNL Acdmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно. Anti-virus Kaspersky Endpoint Security для бизнеса (Сублицензионный договор №28 от 08.11.2018).Срок действия лицензии с 08.11.2018 по 08.11.2019 Информационно правовое обеспечение "Гарант" (для учебного процесса). Договор №ЭПС-12-119 от 01.09.2012. Срок действия - бессрочно. СПС КонсультантПлюс: Версия Проф. Консультант Финансист. КонсультантПлюс: Консультации для бюджетных организаций. Договор от 01.01.2017. Срок действия - бессрочно. RHVoice-v0.4-a2 синтезатор речи Программа Balabolka (portable) для чтения вслух текстовых файлов. Программа экранного доступа NDVA
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования №214	MS Windows WinStrtr 7 Acdmc Legalization RUS OPL NL. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acdmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; Anti-virus Kaspersky Endpoint Security для бизнеса (Сублицензионный договор №28 от 08.11.2018) - 522 лицензия. Срок действия лицензии с 08.11.2018 по 08.11.2019

### 7.3. Электронные библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда

- ЭБС «ZNANIUM.COM», договор на оказание услуг № 0326100001919000019 с Обществом с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ» от 11.12.2019
- ЭБС «AgriLib», лицензионный договор №ПДД 3/15 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе ФГБОУ ВПО РГАЗУ от 15.01.2015
- ЭБС «Лань», договор №27 с Обществом с ограниченной ответственностью «Издательство Лань» от 03.09.2019
- ЭБС «Рукопт», договор №ДС-284 от 15.01.2016 с открытым акционерным обществом «ЦКБ»БИБКОМ», с обществом с ограниченной ответственностью «Агентство «Книга-Сервис»;

## **VIII. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

В случае обучения в университете инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются особенности психофизического развития, индивидуальные возможности и состояние здоровья таких обучающихся.

Образование обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий). На аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и (или) тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению университетом обеспечивается выпуск и использование на учебных занятиях альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы) а также обеспечивает обучающихся надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата материально-технические



условия университета обеспечивают возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, а также пребывания в них (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов; наличие специальных кресел и других приспособлений). На аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации лицам с ограниченными возможностями здоровья, имеющим нарушения опорно-двигательного аппарата могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Белгородский государственный аграрный университет имени В.Я. Горина»  
(ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**для проведения промежуточной аттестации обучающихся**  
**по дисциплине **Связи с общественностью в управлении персоналом****

Направление подготовки: 38.03.03 «Управление персоналом»

Направленность (профиль): Управление персоналом

Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки – 2021

Майский, 2021

# 1.Перечень компетенций, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Наименование модулей и (или) разделов дисциплины	Наименование оценочного средства	
						Текущий контроль	Промежуточная аттестация
ОПК-3	Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом, обеспечивать их документационное сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия	ОПК-3.1 Определяет мероприятия по управлению, использованию и развитию персонала	Первый этап (пороговой уровень)	Знать: теоретико-методологические, методические и организационные аспекты разработки и реализации стратегии управления персоналом организации	Модуль 1. «Теоретико-методологические основы связей с общественностью в управлении персоналом»	устный опрос, тестовый контроль	вопросы к экзамену
			Второй этап (продвинутый уровень)	Уметь: использовать современные методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии управления персоналом организации	Модуль 1. «Теоретико-методологические основы связей с общественностью в управлении персоналом»	устный опрос, тестовый контроль, решение ситуационных задач	вопросы к экзамену
			Третий этап (высокий уровень)	Владеть: навыками обоснования эффективности стратегии управления персоналом организации	Модуль 1. «Теоретико-методологические основы связей с общественностью в управлении персоналом»	устный опрос, тестовый контроль, реферат	вопросы к экзамену
		ОПК-3.2 Разрабатывает мероприятия и осуществляет документационное сопровождение по реализации стратегии управления персоналом	Первый этап (пороговой уровень)	Знать: основы разработки и внедрения кадровой и управленческой документации	Модуль 2. «Деятельность служб связей с общественностью (PR) в управлении персоналом»	устный опрос, тестовый контроль	вопросы к экзамену
			Второй этап (продвинутый уровень)	Уметь: разрабатывать систему мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации	Модуль 2. «Деятельность служб связей с общественностью (PR) в управлении персоналом»	устный опрос, тестовый контроль, решение ситуационных задач	вопросы к экзамену
			Третий этап (высокий уровень)	Владеть: методами оценки социально-экономической	Модуль 2. «Деятельность служб связей с	устный опрос, тестовый контроль,	вопросы к экзамену

Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Наименование модулей и (или) разделов дисциплины	Наименование оценочного средства	
						Текущий контроль	Промежуточная аттестация
			уровень)	эффективности разработанных мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации	общественностью (PR) в управлении персоналом»	реферат	

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции (показатели достижения заданного уровня компетенции)	Этапы (уровни) и критерии оценивания результатов обучения, шкалы оценивания			
		Компетентность не сформирована	Пороговый уровень компетентности	Продвинутый уровень компетентности	Высокий уровень
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<b>ОПК-3.1</b>	<i>Определяет мероприятия по управлению, использованию и развитию персонала</i>	<i>не может определять мероприятия по управлению, использованию и развитию персонала</i>	<i>частично может определять мероприятия по управлению, использованию и развитию персонала</i>	<i>в целом может определять мероприятия по управлению, использованию и развитию персонала</i>	<i>определяет мероприятия по управлению, использованию и развитию персонала</i>
	<b>Знать:</b> теоретико-методологические, методические и организационные аспекты разработки и реализация стратегии управления персоналом организации	не знает теоретические основы разработки и реализации стратегии управления персоналом организации	частично знает теоретические основы разработки и реализации стратегии управления персоналом организации	в целом знает теоретические основы разработки и реализации стратегии управления персоналом организации	знает теоретические основы разработки и реализации стратегии управления персоналом организации
	<b>Уметь:</b> использовать современные методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии управления персоналом организации	не умеет использовать современные методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии управления персоналом организации	частично умеет использовать современные методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии управления персоналом организации	умеет использовать современные методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии управления персоналом организации	способен самостоятельно использовать современные методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии управления персоналом организации
	<b>Владеть:</b> навыками обоснования	не владеет навыками	частично владеет	владеет навыками	свободно владеет

Компетенция	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции (показатели достижения заданного уровня компетенции)	Этапы (уровни) и критерии оценивания результатов обучения, шкалы оценивания			
		Компетентность не сформирована	Пороговый уровень компетентности	Продвинутый уровень компетентности	Высокий уровень
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	эффективности стратегии управления персоналом организации	обоснования эффективности стратегии управления персоналом организации	навыками обоснования эффективности стратегии управления персоналом организации	обоснования эффективности стратегии управления персоналом организации	навыками обоснования эффективности стратегии управления персоналом организации
<b>ОПК-3.2</b>	<i>Разрабатывает мероприятия и осуществляет документационное сопровождение по реализации стратегии управления персоналом</i>	<i>не может разрабатывать мероприятия и осуществлять документационное сопровождение по реализации стратегии управления персоналом</i>	<i>частично может разрабатывать мероприятия и осуществлять документационное сопровождение по реализации стратегии управления персоналом</i>	<i>в целом может разрабатывать мероприятия и осуществлять документационное сопровождение по реализации стратегии управления персоналом</i>	<i>разрабатывает мероприятия и осуществляет документационное сопровождение по реализации стратегии управления персоналом</i>
	<b>Знать:</b> основы разработки и внедрения кадровой и управленческой документации	не знает основы разработки и внедрения кадровой и управленческой документации	может изложить основы разработки и внедрения кадровой и управленческой документации	в целом знает основы разработки и внедрения кадровой и управленческой документации	знает основы разработки и внедрения кадровой и управленческой документации
	<b>Уметь:</b> разрабатывать систему мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации	не умеет разрабатывать систему мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации	частично умеет разрабатывать систему мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации	умеет разрабатывать систему мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации	самостоятельно разрабатывает систему мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации
	<b>Владеть:</b> методами оценки социально-экономической эффективности разработанных мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации	не владеет методами оценки социально-экономической эффективности разработанных мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации	частично владеет методами оценки социально-экономической эффективности разработанных мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации	владеет методами оценки социально-экономической эффективности разработанных мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации	свободно владеет методами оценки социально-экономической эффективности разработанных мероприятий по реализации стратегии управления персоналом организации

Компетенция	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции (показатели достижения заданного уровня компетенции)	Этапы (уровни) и критерии оценивания результатов обучения, шкалы оценивания			
		Компетентность не сформирована	Пороговый уровень компетентности	Продвинутый уровень компетентности	Высокий уровень
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
					организации

### **3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### ***Первый этап (пороговой уровень)***

**ЗНАТЬ** (помнить и понимать): студент помнит, понимает и может продемонстрировать широкий спектр фактических, концептуальных, процедурных знаний.

#### ***Перечень вопросов для устного опроса***

1. Предпосылки возникновения и современное состояние связей с общественностью
2. Факторы, влияющие на формирование общественного мнения
3. Внутренние и внешние задачи PR-службы в организации
4. Основные направления развития рынка PR-услуг
5. Особенности внутреннего PR
6. Ключевые направления PR-деятельности
7. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам
8. Планирование работы отдела связей с общественностью в управлении персоналом
9. Информационные каналы PR-службы
10. Организация и проведение специальных мероприятий в организации
11. Организация и проведение конференции
12. Организация и проведение ярмарки вакансий
13. Кризис. Управление кризисными ситуациями
14. Основные причины возникновения конфликтов в организации
15. Карта конфликта, этапы её составления
16. Материалы, направляемые в СМИ PR-специалистом
17. Методы исследования социальной сферы
18. Общие правила составления текстовых материалов
19. Формы и основные средства коммуникации
20. Внешние коммуникации
21. Коммуникационные барьеры и причины их возникновения
22. Понятие имиджа организации и его общие характеристики
23. Рейтинг – один из важных методов оценки эффективности PR-деятельности

#### **Критерии оценивания.**

*4 балла и/или «отлично»:* ставится студенту за правильный, полный и развернутый ответ, он должен продемонстрировать отличное знание студентом материала лекций, основной и дополнительной литературы;

*3 балла и/или «хорошо»:* ставится студенту за правильный ответ на вопрос, который должен быть полным и продемонстрировать достаточное знание студентом материала лекций, основной и дополнительной

литературы; допускается неполный ответ по одному из дополнительных вопросов;

*2 балла и/или «удовлетворительно»:* ставится студенту за не совсем правильный или не полный ответ на вопрос; изложение теоретического материала приводится с ошибками, неточно или схематично; появляются затруднения при ответе на дополнительные вопросы;

*0 – 1 балл и/или «неудовлетворительно»:* ставится студенту за отказ от ответа; отсутствие минимальных знаний по вопросу; присутствуют грубые ошибки в ответе, которые студент не способен исправить даже с помощью рекомендаций преподавателя.

### **Тесты**

1. Отраслевым изданием, вышедшим впервые в свет в 1996 г. при поддержке РАСО, является:
  - a) «Коммерсант»
  - b) **«Советник»**
  - c) «PR сегодня»
2. Концепция PR-кампании разрабатывается в ходе планирования:
  - a) **Стратегического**
  - b) Оперативного
  - c) Tактического
3. Статус официального консультанта ООН по проблеме стратегических коммуникаций в мире имеет:
  - a) IABC
  - b) **IPRA**
  - c) ICO
4. Заключительной стадией модели побудительной функции рекламы (формула AIDA) является:
  - a) пробуждение интереса потребителя к содержанию идеи рекламного послания
  - b) привлечение внимания к товару, услуге
  - c) **побуждение потребителя к действию**
5. Лоббирование – это:
  - a) форма политической коммуникации в условиях выбора, адресное воздействие на электоральное поведение в лаконичной, оригинальной, легко запоминаемой форме
  - b) **совокупность действий частных и общественных организаций, воздействующих на принятие решений законодательной или исполнительной властью**
  - c) анализ, контроль политической деятельности какой-либо организации или деятельности в целом политической организации специальными аудиторскими фирмами
6. В основе событийного PR лежит:
  - a) новость
  - b) забытое событие



- c) черный PR
  - d) **сенсация**
7. Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:
- a) связи с органами власти
  - b) разведывательная деятельность
  - c) **связи с общественностью**
  - d) политические связи
8. Соотношение PR и пропаганды
- a) это одно и то же
  - b) пропаганда — часть PR
  - c) PR — часть пропаганды
  - d) **это разные типы работы с общественностью**
9. Первые представления о связях с общественностью зародились в ...
- a) Англии
  - b) **США**
  - c) Франции
  - d) России
10. Цель PR
- a) реклама фирмы и ее услуг
  - b) **согласие организации с ее общественностью**
  - c) повышение прибылей организации
  - d) создание эффективного канала воздействия на социум
11. Встреча представителей средств массовой информации друг с другом. Эта форма даёт возможность обменяться мнениями на актуальную тему, объяснить свои позиции, выявить какие-то общие тенденции, обсудить проблемы и даже прийти к общему решению – это ...
- a) презентация
  - b) брифинг
  - c) пресс-тур
  - d) прием
  - e) **пресс-клуб**
12. Наиболее перспективная в современных условиях модель связей с общественностью
- a) модель рекламы
  - b) модель общественной информации
  - c) двусторонняя ассиметричная модель
  - d) **двусторонняя симметричная модель**
13. Исключите лишнюю коммуникационную модель PR
- a) Двусторонний ассиметричный PR
  - b) **Манипулятивная модель**
  - c) Модель общественной информации
  - d) Двусторонний симметричный PR

14. Крупнейшая российская ассоциация, объединяющая организации и специалистов, занимающихся public relations была организована в ... году.
- 1993
  - 1991**
  - 1995
  - 1989
15. Общественные отношения – это ...
- отношения между людьми
  - взаимосвязи между социальными общностями, возникающие в процессе совместной деятельности и различных взаимодействий**
  - отношения между общественными организациями
  - процесс передачи информации между источником и получателем
16. Функция связей с общественностью
- социальная
  - информационно-коммуникативная**
  - политическая
  - торгово-финансовая
17. Элемент коммуникационного процесса
- обратная связь**
  - сигнал
  - направляющий
  - указатель
18. Специально организованная встреча общественных, деловых, правительственных кругов с представителями средств массовой информации (пресса, телевидение, радио, информационные агентства), цель которой как можно отчетливее и шире подать информацию, представляющую общественный интерес – это ...
- презентация
  - брифинг
  - пресс-тур
  - пресс-конференция**
  - прием
19. Наиболее оптимальное определение связей с общественностью
- функция управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и её общественностью**
  - наука установления эффективных коммуникаций для совершения торговой сделки
  - форма деятельности, направленная на удовлетворение потребностей общества
20. Основание для выделения имиджа руководителя, имиджа организации, политического имиджа, имиджа территории и т.д.
- направленность проявления
  - эмоциональная окраска
  - целенаправленность PR-деятельности

- d) степень рациональности восприятия
  - e) **содержание имиджа**
21. Элемент внешнего имиджа организации
- a) **фирменный стиль**
  - b) этика поведения
  - c) традиции
  - d) корпоративные отношения
22. Средства массовой информации – это ...
- a) **самостоятельная индустрия, формирующая общественное мнение с использованием организационно-технических комплексов, которые обеспечивают быструю передачу и массовое тиражирование словесной, образной и музыкальной информации**
  - b) динамичная взаимосвязанная система совокупных элементов комплексного многофакторного анализа кризисной среды с выделением плана чрезвычайного происшествия, обосновании стратегии и форм ее реализации в целях контроля и корректировки кризиса
  - c) сообщение, подготовленное специалистами службы PR, содержащее важную новость для широкой аудитории
23. К задачам, решаемым подразделениями PR в государственных органах власти, не относится ...
- a) взаимодействие с представителями СМИ на постоянной основе
  - b) информирование населения о деятельности органа власти, работу которого обязана освещать пресс-служба
  - c) проведение аккредитации представителей СМИ
  - d) **демонстрация и дегустация продукции**
  - e) сотрудничество с представителями СМИ других регионов страны, аккредитованных и командированных в республику, край, регион, область
  - f) организация «круглых столов» и других встреч с деловыми кругами, проведение брифингов, пресс-конференций
24. Прием манипулирования общественным сознанием
- a) открытое информирование
  - b) **ссылка на авторитеты**
  - c) полное информирование
  - d) экспертные оценки
25. Основание для выделения позитивного и негативного имиджа
- a) направленность проявления
  - b) **эмоциональная окраска**
  - c) целенаправленность PR-деятельности
  - d) степень рациональности восприятия
  - e) содержание имиджа
26. Основание для выделения внешнего и внутреннего имиджа
- a) **направленность проявления**
  - b) эмоциональная окраска

- c) целенаправленность PR-деятельности
  - d) степень рациональности восприятия
  - e) содержание имиджа
27. Основание для выделения когнитивного и эмоционального имиджа
- a) направленность проявления
  - b) эмоциональная окраска
  - c) целенаправленность PR-деятельности
  - d) **степень рациональности восприятия**
  - e) содержание имиджа
28. Основная функция PR-мероприятий в конкурентной среде
- a) обоснование социальной ответственности бизнеса
  - b) лоббистская деятельность
  - c) **неценовая конкуренция**
  - d) взаимодействие с отделами рекламы и маркетинга
29. Одним из оснований для создания самостоятельного подразделения PR в структуре промышленной компании или торговой фирмы является ...
- a) посторонняя консультационная организация не может владеть достаточно полной и исчерпывающей информацией о политике и повседневной деятельности фирмы
  - b) собственные специалисты PR многие вопросы могут решать самостоятельно, без привлечения руководства, легко вступать в необходимые контакты с коллегами из других смежных подразделений на всех уровнях иерархии управления
  - c) **существование свободных денежных средств**
30. Составляющий элемент внутреннего имиджа организации
- a) Интерьеры
  - b) Логотип
  - c) **Особенности делового общения**
  - d) Продукция
31. Метод качественно-количественного анализа содержания документов с целью выявления и измерения социальных фактов и тенденций, отраженных этими документами – это:
- a) контент-анализ
  - b) наблюдение
  - c) интервью
32. Когда знаний о явлении достаточно, чтобы начать искать объяснение того, почему данное явление таково, каково оно есть, применяются:
- a) поисковые
  - b) описательные
  - c) объяснительные коммуникологические исследования

**Критерии оценивания тестового задания:**

Тестовые задания оцениваются по шкале: 1 балл за правильный ответ, 0 баллов за неправильный ответ. Итоговая оценка по тесту формируется путем суммирования набранных баллов и отнесения их к общему количеству

вопросов в задании. Помножив полученное значение на 100%, можно привести итоговую оценку к традиционной следующим образом:

<b>Процент правильных ответов</b>	<b>Оценка</b>
90 – 100 %	<i>От 5 до 6 баллов и/или «отлично»</i>
70 –89 %	<i>От 3 до 4 баллов и/или «хорошо»</i>
50 – 69 %	<i>От 1 до 2 баллов и/или «удовлетворительно»</i>
менее 50 %	<i>0 баллов и/или «неудовлетворительно»</i>

### ***Второй этап (продвинутый уровень)***

**УМЕТЬ** (применять, анализировать, оценивать, синтезировать): уметь использовать изученный материал в конкретных условиях и в новых ситуациях; осуществлять декомпозицию объекта на отдельные элементы и описывать то, как они соотносятся с целым, выявлять структуру объекта изучения; оценивать значение того или иного материала – научно-технической информации, исследовательских данных и т. д.; комбинировать элементы так, чтобы получить целое, обладающее новизной.

### ***Перечень вопросов к устному опросу***

1. Развитие PR в России
2. Определение и понятие «связи с общественностью»
3. Комплекс PR-функций
4. Объединения PR-профессионалов в России и за рубежом
5. Преимущества создания специальных PR-службы внутри организации
6. Инструментальные направления PR-деятельности
7. Профессиональные и деловые навыки эффективного специалиста по PR
8. Оперативное планирование PR-деятельности
9. Две группы источников информации
10. Организация и проведение «круглого стола»
11. Организация и проведение презентации
12. Организация и проведение деловых бесед с работниками организации
13. Четыре стадии кризиса
14. Два основных этапа PR-деятельности в управлении конфликтами
15. Медиа-релейтор и его роль в организации
16. Порядок составления и применения пресс-релиза
17. Основные методы исследований, используемые в практике PR
18. Сущность и основные этапы коммуникационного процесса
19. Вербальная и невербальная коммуникации
20. Внутренние коммуникации
21. Формирование корпоративной культуры в организации
22. Характерные черты персонала организации и их основные переменные
23. Стандарты PR-качества и PR-сертификации

### **Критерии оценивания.**

*4 балла и/или «отлично»*: ставится студенту за правильный, полный и

развернутый ответ, он должен продемонстрировать отличное знание студентом материала лекций, основной и дополнительной литературы;

*3 балла и/или «хорошо»:* ставится студенту за правильный ответ на вопрос, который должен быть полным и продемонстрировать достаточное знание студентом материала лекций, основной и дополнительной литературы; допускается неполный ответ по одному из дополнительных вопросов;

*2 балла и/или «удовлетворительно»:* ставится студенту за не совсем правильный или не полный ответ на вопрос; изложение теоретического материала приводится с ошибками, неточно или схематично; появляются затруднения при ответе на дополнительные вопросы;

*0 – 1 балл и/или «неудовлетворительно»:* ставится студенту за отказ от ответа; отсутствие минимальных знаний по вопросу; присутствуют грубые ошибки в ответе, которые студент не способен исправить даже с помощью рекомендаций преподавателя.

### **Тесты**

1. Выделите из трех предложенных вариантов ответов сущностную характеристику коммуникационного института рекламы:
  - a) продвижение бренда товара или услуги
  - b) **целенаправленное воздействие на потребителя с помощью средств информации для продвижения товара, услуги, идеи на потребительском рынке**
  - c) установление долгосрочных доброжелательных, доверительных отношений субъекта рынка с целевыми аудиториями общественности
2. Впервые начал вести практическую работу в области ПР:
  - a) **Айви Ли**
  - b) Эдвард Бернейз
  - c) Томас Джефферсон
3. Минимальные стандарты качества (МСК) разработаны Международным институтом качества связей с общественностью и приняты:
  - a) в июне 1995 г. в Москве
  - b) **в июне 1997 г. в Хельсинки**
  - c) в июне 1979 г. в Афинах
4. Первым шагом при разработке и реализации PR-кампании является:
  - a) определение стратегии
  - b) **исследование целевых аудиторий общественности**
  - c) составление медиа-плана
5. СМИ как источник и канал коммуникации классифицируются как целевая аудитория:
  - a) Первичная
  - b) **Вторичная**
  - c) Третичная
6. Основным назначением службы по связям с общественностью в организации является достижение:

- a) **высокой общественной репутации**
  - b) низкого уровня общественного сознания
  - c) высокого общественного порицания
  - d) высокого уровня общественного сознания
7. Основные принципы взаимоотношений со СМИ и представителями других профессий:
- a) платная поставка новостей
  - b) **не должны предпринимать действия, могущие нанести ущерб репутации СМИ**
  - c) предпринимать действия, наносящие ущерб репутации СМИ
  - d) общественная проверка личных данных
8. Элементы структуры коммуникативного процесса (выберите три ответа из многих)
- a) цель воздействия
  - b) **отправитель сообщения**
  - c) **информационный канал**
  - d) способы манипуляции
  - e) **получатель сообщения**
  - f) социальные структуры
9. Короткая и конструктивная встреча официальных лиц, представляющих, по преимуществу, деловые или правительственные круги, со средствами массовой информации – это...
- a) презентация
  - b) **брифинг**
  - c) пресс-тур
  - d) прием
  - e) пресс-конференция
10. Последовательность возникновения моделей коммуникации:
- 1. манипулятивная**
  - 2. журналистская**
  - 3. двусторонняя ассиметричная**
  - 4. двусторонняя симметричная**
11. Для использования PR в качестве инструмента преодоления внутрифирменных конфликтов необходимо, чтобы ...
- a) руководство регулярно информировало сотрудников о планах развития организации
  - b) был создан внутрифирменный печатный орган
  - c) **предоставлялась достоверная и полная информация, не нарушающая интересы конфликтующих сторон**
12. Паблицити – это ...
- a) база информационных средств массовой информации (СМИ)
  - b) **создание популярности, известности**
  - c) исследование рынка потребительских услуг
  - d) технология разработки рекламных текстов
13. PR – это ...

- a) совокупные меры по «раскручиванию» торговой марки в целях пробуждения у покупателей чувства потребности, привязанности к признательности фирмы за предоставленные товары
  - b) не навязывание чужой воли другим, а свободное сотрудничество с взаимовыгодными интересами всех партнеров
  - c) **искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности**
  - d) управление информацией о компании, если вы не занимаетесь ПР, то Вы не контролируете то, что о вас говорят другие и мнение о Вас складывается без Вашего вмешательства
14. Мероприятие посещения (или демонстрации) объекта организуется для журналистов, когда в целях полноценного освещения новости им необходимо лично увидеть то, о чем они будут писать – это ...
- a) презентация
  - b) брифинг
  - c) **пресс-тур**
  - d) прием
  - e) пресс-конференция
15. Состояние массового сознания, проявляющееся в совокупности оценочных суждений о событиях и фактах действительности, проблемах государственной и общественной жизни различных групп или слоев населения
- a) ньюсмейкерство
  - b) **общественное мнение**
  - c) паблик рилейшнз
16. Паблисити как технология PR — это технология ...
- a) распространения в СМИ благоприятной информации о субъекте
  - b) создания общественной популярности
  - c) распространения благоприятных для субъекта мифов
  - d) **достижения положительной известности субъекта среди его обществности**
17. Соотношение PR и маркетинга
- a) это одно и то же
  - b) маркетинг — часть PR
  - c) PR — часть маркетинга
  - d) **это разные виды деятельности, ориентированные на работу с общественностью организации**
18. Недостаток в привлечении к работе отдела по связям с общественностью сторонних фирм
- a) **отсутствие оперативности в работе**
  - b) высокая квалификация специалистов
  - c) гибкие условия договора на оплату услуг
19. Деятельность PR-структур в процессе внутрикорпоративного менеджмента направлена на ...



- a) увеличение объемов продаж продукции предприятия
  - b) улучшение информированности внешней среды
  - c) **развитие коллективом командного духа**
  - d) организацию рекламной кампании
20. Внутренняя задача службы PR
- a) изучение общественного мнения
  - b) разработка рекомендаций по формированию имиджа
  - c) установление контактов со СМИ
  - d) **профилактика конфликтов, снижение текучести кадров**
21. К СМИ относится ... (выберите два ответа из многих)
- a) **Интернет (официальные сайты)**
  - b) индивид
  - c) кадровые агентства
  - d) **информационные агентства**
22. Конфликт – это ...
- a) **столкновение между двумя или несколькими сторонами по поводу реализации их интересов в условиях противодействия**
  - b) крутой перелом ситуации, резкий переход из нормального состояния к состоянию нестабильности
  - c) крупное, нерутинное происшествие, затрагивающее безопасность людей, окружающей среды, репутацию организации, которое требует немедленного внимания к себе или постоянного контроля
23. Преимущество прессы перед другими средствами массовой информации
- a) **аналитическое представление материала**
  - b) зрелищность
  - c) доступность
24. Газеты различаются на отраслевые, ведомственные, корпоративные, профессиональные по ...
- a) периодичности выхода
  - b) масштабам охвата
  - c) типу носителей
  - d) **целевому назначению**
25. Имидж субъекта — это образ субъекта, ...
- a) создаваемый имиджмейкерами
  - b) сложившийся у самого субъекта
  - c) распространяемый в СМИ
  - d) **сложившийся в массовом сознании его общественности**
26. Задачи, входящие в круг деятельности PR-специалиста (выберите два ответа из многих)
- a) **изучение и прогнозирование состояния общественного мнения**
  - b) выработка стратегии ценообразования
  - c) выявление закономерностей развития социальных структур
  - d) установление контактов с руководством
  - e) **разработка эффективной стратегии и тактики связей с общественностью организации**

27. Газеты различаются на «бумажные» и электронные по ...
- a) периодичности выхода
  - b) масштабам охвата
  - c) **типу носителей**
  - d) целевому назначению
28. Кризис – это ... (выберите два ответа из многих)
- a) столкновение между двумя или несколькими сторонами по поводу реализации их интересов в условиях противодействия
  - b) **скандал в публичном месте, вызванный поведением одной из сторон**
  - c) **крупное, нерутинное происшествие, затрагивающее безопасность людей, окружающей среды, репутацию организации, которое требует немедленного внимания к себе или постоянного контроля и получило или может получить широкие неблагоприятные отзывы**
29. Основное направление работы специалистов подразделений службы PR
- a) логистика
  - b) **консультирование и подготовка важнейших выступлений первых лиц компании**
  - c) разработка бизнес-плана
  - d) формирование маркетинговой стратегии фирмы
  - e) выработка стратегии фирмы в области ценообразования
30. Функции СМИ (выберите два ответа из многих)
- a) субъективное отражение условия жизни общества, исходя из мнения собственников СМИ
  - b) **удовлетворение информационных потребностей личности, различных общественных групп и организаций, содействие их активному участию в процессах экономической, политической и культурной жизни общества**
  - c) фильтрация информации в соответствии с необходимостью политического выбора
  - d) производство информации, препятствующее общественному прогрессу и обогащению духовного потенциала общества
  - e) **использование для массового информационного процесса современных информационных и коммуникационных технологий**
  - f) обеспечение коммуникации между отдельными людьми
31. Один из основных видов опроса, использующий непосредственное социально-психологическое взаимодействие между исследователем и респондентом в соответствии с поставленной целью – это:
- a) контент-анализ
  - b) наблюдение
  - c) интервью
32. Когда знаний о явлении достаточно, чтобы начать искать объяснение того, почему данное явление таково, каково оно есть, применяются:
- d) поисковые

- е) описательные
  - ф) объяснительные коммуникологические исследования
33. Верно ли, что общественное мнение нацелено в основном на то, чтобы подтвердить картину мира его потенциального субъекта:
- а) да, верно
  - б) нет, не верно

**Критерии оценивания тестового задания:**

Тестовые задания оцениваются по шкале: 1 балл за правильный ответ, 0 баллов за неправильный ответ. Итоговая оценка по тесту формируется путем суммирования набранных баллов и отнесения их к общему количеству вопросов в задании. Помножив полученное значение на 100%, можно привести итоговую оценку к традиционной следующим образом:

<b>Процент правильных ответов</b>	<b>Оценка</b>
90 – 100 %	<i>От 5 до 6 баллов и/или «отлично»</i>
70 – 89 %	<i>От 3 до 4 баллов и/или «хорошо»</i>
50 – 69 %	<i>От 1 до 2 баллов и/или «удовлетворительно»</i>
менее 50 %	<i>0 баллов и/или «неудовлетворительно»</i>

***Ситуационные задачи***

1. Разработать мероприятия по проведению «Круглого стола» и подготовить презентацию.

2. Разработать мероприятия по проведению «Дня открытых дверей» и подготовить презентацию. Указать условия подготовки (оповещение в СМИ; разработка программы и сценария мероприятия; назначение ведущих и др.).

3. Разработать мероприятия по проведению конференции и подготовить презентацию (внешняя, внутренняя конференции, теле- и видеоконференции; конференции в Интернете). В презентации последовательно указать схему подготовки конференции (формирование состава конференции; сценарий конференции; репетиция мероприятия; указатели; регистрация; VIP-гости; набор канцелярских принадлежностей; синхронный перевод; освещение в СМИ; организация перерывов; планирование бюджета).

4. Разработать мероприятия по проведению презентации(представление организации, лица, услуг, открытия филиала, демонстрация новых достижений и результатов работы и пр.). В презентации отразить официальную и неофициальную части.

5. Разработать мероприятия по проведению выставки и подготовить презентацию. Обязательно при разработке мероприятия указать основные правила поведения персонала организации во время работы на стенде. Представить набор обязательных материалов пресс-кит (базовая информация о компании; статистические данные, полная информация о деятельности компании, ее товарах, услугах, ценах; иллюстрирующие наиболее важную информацию фотографии, графики и пр.).

6. Разработать мероприятия по проведению ярмарки вакансий. (При подготовке мероприятия использовать правила, как и при подготовке выставки). Подготовить презентацию этого мероприятия.

7. Разработать специальные мероприятия, проводимые в организациях. Разработать тему и основные этапы проведения ежегодного публичного выступления руководителей перед коллективом организации.

8. Разработать тему и этапы проведения деловой беседы. Подготовить презентацию деловой беседы.

9. Разработать мероприятия по проведению выборов руководящего состава организации. Подготовить презентацию.

10. Разработать мероприятия по проведении конкурса «Лучший по профессии». Подготовить презентацию этого мероприятия.

11. Разработать мероприятия по формированию корпоративной культуры в организации (объект исследования выбирается студентом). Подготовить презентацию.

12. Подготовить тему социологического исследования, подготовить анкету, сделать анализ исследования.

### **Критерии оценивания.**

*4 балла и/или «отлично»:* ставится студенту в случае полной проработки описанной управленческой ситуации и полного выполнения поставленных заданий. Студент дает правильный, полный и развернутый ответ. При этом студент свободно владеет профессиональной терминологией, умеет аргументировано обосновать выбранный вариант решения, демонстрирует умение увязать теоретический материал с практической ситуацией.

*3 балла и/или «хорошо»:* ставится студенту за правильный ответ на поставленные задания. Могут быть допущены незначительные неточности, или ответ недостаточно полный. При этом студент владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса.

*2 балла и/или «удовлетворительно»:* ставится студенту за не совсем правильный или не полный ответ на поставленные в задании вопросы. Студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может аргументированно обосновать свои решения.

*0 - 1 балла и/или «неудовлетворительно»:* ставится студенту за отказ от выполнения заданий кейса; при наличии грубых ошибок в решении поставленных задач, в случае отсутствия минимальных знаний по изучаемой проблемной ситуации или неспособности применить теоретические знания для решения кейса.

### **Третий этап (высокий уровень)**

**ВЛАДЕТЬ** наиболее общими, универсальными методами действий, познавательными, творческими, социально-личностными навыками.

### ***Перечень вопросов для устного опроса***

1. Сущность, задачи и функции PR
2. Классификация связей с общественностью
3. Социально-психологические аспекты PR-деятельности
4. Организационные основы работы PR-подразделений
5. Состав службы PR в управлении персоналом
6. Правовые основы PR-деятельности
7. Персональные (личностные) качества эффективного специалиста по PR
8. Информационное обеспечение отдела PR в управлении персоналом
9. Организация и проведение организационно-представительских мероприятий
10. Организация и проведение «дня открытых дверей»
11. Организация и проведение выставки
12. Конкурсный отбор персонала и корпоративное обучение
13. Конфликт. Классификация конфликтов
14. Переговоры и рекомендации к их проведению
15. Классификация средств массовой информации (СМИ)
16. Средства корпоративных связей с общественностью в управлении персоналом
17. Общие правила работы со средствами массовой информации
18. Структурные и функциональные этапы коммуникационного процесса
19. Основные средства невербальной коммуникации
20. Виды внутренних коммуникаций
21. Миссия организации
22. Оценка эффективности связей с общественностью в управлении персоналом
23. Рекомендации по организации эффективной работы службы PR в управлении персоналом

#### **Критерии оценивания.**

*4 балла и/или «отлично»:* ставится студенту за правильный, полный и развернутый ответ, он должен продемонстрировать отличное знание студентом материала лекций, основной и дополнительной литературы;

*3 балла и/или «хорошо»:* ставится студенту за правильный ответ на вопрос, который должен быть полным и продемонстрировать достаточное знание студентом материала лекций, основной и дополнительной литературы; допускается неполный ответ по одному из дополнительных вопросов;

*2 балла и/или «удовлетворительно»:* ставится студенту за не совсем правильный или не полный ответ на вопрос; изложение теоретического материала приводится с ошибками, неточно или схематично; появляются затруднения при ответе на дополнительные вопросы;

*0 – 1 балл и/или «неудовлетворительно»:* ставится студенту за отказ от ответа; отсутствие минимальных знаний по вопросу; присутствуют грубые

ошибки в ответе, которые студент не способен исправить даже с помощью рекомендаций преподавателя.

### **Тесты**

1. «Лидеры мнений» — это:
  - a) люди, занимающиеся организацией и проведением избирательных кампаний
  - b) круг лиц, обычно граждан государства, обладающих правом голоса при выборах в органы государственной власти, на референдумах и плебисцитах, достигших 18-летнего возраста и не лишенных избирательного права в силу недееспособности или отбывания срока наказания по решению суда
  - c) **люди, способные влиять на установки или поведения других индивидов в нужном направлении**
2. Бриф – это:
  - a) исследования различных характеристик СМИ
  - b) набор, комплект, пакет, специально подготовленный для представителей СМИ
  - c) **краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламистом, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании**
3. Политическая реклама – это:
  - a) форма политической коммуникации в условиях выбора, адресное воздействие на электоральное поведение в лаконичной, оригинальной, легко запоминаемой форме
  - b) **краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламистом, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании**
  - c) совокупность действий частных и общественных организаций, воздействующих на принятие решений законодательной или исполнительной властью
4. Главная цель отношений с потребителями как отдельного направления PR-деятельности заключается в следующем:
  - a) **установление дружеских, доброжелательных отношений**
  - b) увеличение объема продаж
  - c) информирование о товарах/услугах
5. Исследовательско-новостные тексты относятся к публицистике:
  - a) Информационной
  - b) **Аналитической**
  - c) Художественной
6. Имидж носит характер:
  - a) Подписной
  - b) Общий
  - c) **Стереотипный**
  - d) Частный

7. В Российском кодексе профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью прописаны:
- а) общепрофессиональные принципы PR-деятельности
  - б) **правила обращения к органам власти**
  - с) методы исследований в области PR-деятельности
  - д) общественно значимые события в области PR-деятельности
8. Основное направление работы специалистов подразделений службы PR (в коммерческой организации)
- а) максимально длительное игнорирование общественного мнения и отсутствие информированности о нем руководства
  - б) консультирование и подготовка важнейших выступлений первых лиц компании
  - с) участие в ответственных деловых встречах, от которых зависит финансовое положение фирмы
  - д) **формирование стратегии фирмы с учетом общественных связей**
  - е) выработка стратегии фирмы в области ценообразования
9. Цель спонсорства
- а) **демонстрация высокой корпоративной культуры и гражданства**
  - б) шумиха вокруг компании
  - с) получение компанией сверхприбыли, не облагаемой налогами
  - д) удовлетворение потребностей руководства фирмы
10. Мероприятия, используемые в PR-практике (выберите три ответа из многих)
- а) **публичные выступления**
  - б) снижение цены
  - с) формализация отчетов
  - д) **конференции**
  - е) **презентации**
  - ф) выставки
11. PR-задачи, решаемые выставочной деятельностью (выберите три ответа из многих)
- а) повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции и предприятия в целом
  - б) **укрепление делового имиджа предприятия**
  - с) **выявление конкурентов**
  - д) продвижение товаров и услуг предприятия на рынке
  - е) **изучение рыночных условий**
  - ф) разработка методов воздействия на потребителей
12. Форма информационных материалов свойственная для PR ...
- а) **пресс-релиз**
  - б) карта управленческих работ
  - с) финансовый отчет
  - д) бизнес-план
13. Особенность пропаганды заключается в ...

- a) **том, чтобы заставить людей принять навязываемые точки зрения, отношения или ценности**
  - b) том, чтобы договориться с отдельными группами общественности на основе взаимовыгодных условий
  - c) установлении эффективные коммуникации с представителями деловых кругов, государственных органов власти, финансовых институтов
  - d) распространении политических точек зрения действующей власти
14. Составляющий элемент информационного поля PR в управлении персоналом
- a) паблисити
  - b) реклама продукции предприятия в СМИ
  - c) **внутрикорпоративное издание**
  - d) брошюры о продукции предприятия
15. Коммуникация – это...
- a) **процесс обмена сообщениями, информацией между различными личностями, социальными группами, общностями, организациями**
  - b) транспортные пути
  - c) связь между людьми, организациями, государствами
16. Модели коммуникации, предполагающие изучение обратной связи (выберите два ответа из многих)
- a) **двусторонняя симметричная**
  - b) манипулятивная
  - c) журналистская
  - d) **двусторонняя асимметричная**
17. Основным условием становления и развития связей с общественностью являлись ... (выберите два ответа из многих)
- a) **развитие массовой прессы**
  - b) социальные причины
  - c) духовное состояние общества
  - d) **политические причины**
  - e) демографические причины
18. Направлением связей с общественностью является ...
- a) экономические отношения
  - b) арендные отношения
  - c) транспортные связи
  - d) **формирование имиджа организации**
19. Газеты различаются на местные, региональные, общенациональные, областные, городские, районные по ...
- a) периодичности выхода
  - b) **масштабам охвата**
  - c) типу носителей
  - d) целевому назначению
20. Деятельность PR-структур в процессе внутрикорпоративного менеджмента направлена на ...
- a) увеличение объемов продаж продукции предприятия



- b) подавление негативного отношения коллектива к внедряемым изменениям
  - c) **развитие корпоративной культуры**
  - d) воздействие на материальную мотивацию сотрудников
21. Основание для выделения стихийного и целенаправленного имиджа
- a) направленность проявления
  - b) эмоциональная окраска
  - c) **целенаправленность PR-деятельности**
  - d) степень рациональности восприятия
  - e) содержание имиджа
22. Преимущество ТВ перед другими средствами массовой информации
- a) **сочетание звука, цвета, движения**
  - b) доступность (широкий охват)
  - c) дешевизна
23. Газеты различаются на ежедневные, еженедельные, ежемесячные, утренние и вечерние по ...
- a) **периодичности выхода**
  - b) масштабам охвата
  - c) типу носителей
  - d) целевому назначению
24. Отличительная черта СМИ
- a) ограниченность доступа
  - b) **публичность**
  - c) элитарность
  - d) простота в использовании
25. Составляющий элемент внутрикорпоративного информационного поля
- a) продукция
  - b) реклама продукции предприятия
  - c) **внутрикорпоративное издание**
  - d) название компании
26. Пресса – это ...
- a) совокупность фирм и компаний, производящих многообразные услуги в целях удовлетворения запросов рынка по связям с общественностью
  - b) **массовые периодические печатные издания, т. е. газеты и журналы**
  - c) сообщение, подготовленное специалистами службы PR, содержащее важную новость для широкой аудитории
27. Категории внутренней общественности
- a) Акционеры
  - b) Клиенты
  - c) **Сотрудники**
  - d) Потенциальные потребители
  - e) Конкуренты
28. Компонент структуры СМИ
- a) аудиторские компании
  - b) телефон

- с) почта  
 d) **рекламные агентства**
29. Особенности PR-агентства как организационной формы (выберите 3 правильных варианта ответа)  
 a) **комплексный подход к решению проблемы**  
 b) низкая эффективность деятельности  
 c) **широкий диапазон используемых методов**  
 d) исследовательская направленность  
 e) материальная стимуляция сотрудников  
 f) **высокий уровень профессиональной специализации**
30. Метод сбора первичной социологической информации, основанный на визуальном и слуховом восприятии процессов и явлений и прямой их регистрации – это:  
 a) контент-анализ  
 b) наблюдение  
 c) интервью
31. Исследования, предназначенные для того, чтобы дать точное представление о некоторых явлениях, что также позволяет лучше сформулировать проблемы и гипотезы – это:  
 a) поисковые  
 b) описательные  
 c) объяснительные коммуникологические исследования
32. Базовым уровнем детерминации общественного мнения является:  
 a) уровень непосредственного отражения  
 b) коммуникативный уровень  
 c) субъектный (личностный) уровень детерминации общественного мнения

### **Критерии оценивания тестового задания:**

Тестовые задания оцениваются по шкале: 1 балл за правильный ответ, 0 баллов за неправильный ответ. Итоговая оценка по тесту формируется путем суммирования набранных баллов и отнесения их к общему количеству вопросов в задании. Помножив полученное значение на 100%, можно привести итоговую оценку к традиционной следующим образом:

<b>Процент правильных ответов</b>	<b>Оценка</b>
90 – 100 %	<i>От 5 до 6 баллов и/или «отлично»</i>
70 – 89 %	<i>От 3 до 4 баллов и/или «хорошо»</i>
50 – 69 %	<i>От 1 до 2 баллов и/или «удовлетворительно»</i>
менее 50 %	<i>0 баллов и/или «неудовлетворительно»</i>

### **Примерные темы рефератов**

1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса.

2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике
3. Основные этапы развития PR в США.
4. Основные этапы развития PR в Западной Европе.
5. Основные этапы развития PR в России.
6. Современные направления развития рынка PR услуг.
7. Специфика PR в политике.
8. Специфика PR в коммерческом секторе.
9. Специфика PR в общественных объединениях.
10. Специфика PR в государственных учреждениях.
11. Фирменный стиль организации.
12. Технологии построения имиджа.
13. Концепция формирования брэнда.
14. Миссия организации.
15. Организационная культура компании. Структура и функции.
16. Типы организационной культуры.
17. Внутренний имидж предприятия.

**Критерии оценивания реферата (доклада):**

*От 3 до 4 баллов и/или «отлично»:* глубокое и хорошо аргументированное обоснование темы; четкая формулировка и понимание изучаемой проблемы; широкое и правильное использование относящейся к теме литературы и примененных аналитических методов; содержание исследования и ход защиты указывают на наличие навыков работы студента в данной области; оформление работы хорошее с наличием расширенной библиографии; защита реферата (выступление с докладом) показала высокий уровень профессиональной подготовленности студента;

*От 2 до 3 баллов и/или «хорошо»:* аргументированное обоснование темы; четкая формулировка и понимание изучаемой проблемы; использование ограниченного, но достаточного для проведения исследования количества источников; работа основана на среднем по глубине анализе изучаемой проблемы и при этом сделано незначительное число обобщений; содержание исследования и ход защиты (выступление с докладом) указывают на наличие практических навыков работы студента в данной области; реферат (доклад) хорошо оформлен с наличием необходимой библиографии; ход защиты реферата (выступления с докладом) показал достаточную научную и профессиональную подготовку студента;

*От 1 до 2 баллов и/или «удовлетворительно»:* достаточное обоснование выбранной темы, но отсутствует глубокое понимание рассматриваемой проблемы; в библиографии преобладают ссылки на стандартные литературные источники; труды, необходимые для всестороннего изучения проблемы, использованы в ограниченном объеме; заметна нехватка компетентности студента в данной области знаний; оформление реферата (доклада) содержит небрежности; защита реферата (выступление с докладом) показала удовлетворительную профессиональную

подготовку студента;

*От 0 до 1 баллов и/или «неудовлетворительно»:* тема реферата (доклада) представлена в общем виде; ограниченное число использованных литературных источников; шаблонное изложение материала; суждения по исследуемой проблеме не всегда компетентны; неточности и неверные выводы по рассматриваемой литературе; оформление реферата (доклада) с элементами заметных отступлений от общих требований; во время защиты (выступления с докладом) студентом проявлена ограниченная профессиональная эрудиция.

### ***Перечень вопросов к экзамену***

1. Понятие «связи с общественностью»
2. PR и родственные понятия: сходство и отличие
3. Функции PR
4. Принципы PR
5. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью
6. История зарубежного PR
7. История PR в России
8. Коммуникация и коммуникативный процесс
9. Виды коммуникации
10. Средства коммуникации
11. Сущность массовой коммуникации
12. Организационные формы управления PR
13. Содержание и задачи деятельности подразделения по связям с общественностью
14. Структура подразделения по связям с общественностью
15. Формы взаимодействия со СМИ
16. Материалы для распространения
17. Новостные PR-мероприятия
18. PR-кампания в ИНТЕРНЕТЕ
19. Характеристика кризисной ситуации
20. Типология кризисных ситуаций
21. Классификация средств массовой информации
22. Основные направления развития рынка PR-услуг
23. Правовое обеспечения связей с общественностью
24. Профессиональные требования к PR-специалисту
25. Методы изучения общественного мнения
26. PR в процессе взаимодействия с государством
27. PR-кампания как основной инструмент связей с общественностью
28. Оценка эффективности PR-кампаний
29. Информационное обеспечение отдела PR в управлении персоналом
30. Виды тактического планирования в PR
31. Структура корпоративного имиджа
32. Связи с общественностью в формировании организационной культуры

33. Коммуникации службы связей с общественностью в период кризисной ситуации
34. Цикл действий отдела PR в конфликтной ситуации
35. Стандарты PR-качества и PR-сертификации
36. Рекомендации по организации эффективной работы службы PR в управлении
37. Организация и проведение «дня открытых дверей»
38. Организация и проведение выставки
39. Организация и проведение деловых бесед с работниками организации
40. PR-деятельность в управлении конфликтами
41. Порядок составления и применения пресс-релиза
42. Общие правила составления текстовых материалов
43. Социально-психологические аспекты PR-деятельности
44. Организационные основы работы PR-подразделений
45. Медиа-рилейтор и его роль в организации
46. Профессиональная этика PR-специалиста
47. Общественность и общественное мнение
48. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения
49. Маркетинговые коммуникации
50. Методы реализации PR-кампаний
51. Организация и проведение организационно-представительских и специальных мероприятий
52. Стратегическое планирование в PR
53. Планирование PR-кампании и ее бюджета
54. Формирование корпоративного имиджа
55. Средства корпоративных связей с общественностью в управлении персоналом
56. Алгоритм процесса работы связей с общественностью в кризисных ситуациях
57. Оценка эффективности связей с общественностью в управлении персоналом
58. Факторы, влияющие на формирование общественного мнения
59. Организация и проведение «круглого стола»
60. Организация и проведение конференции
61. Организация и проведение ярмарки вакансий
62. Организация и проведение презентации
63. Переговоры и рекомендации к их проведению
64. Общие правила работы со средствами массовой информации
65. Рейтинг – один из важных методов оценки эффективности PR-деятельности
66. Объединения PR-профессионалов в России и за рубежом
67. Особенности внутреннего PR
68. Информационные каналы PR-службы

### **Критерии оценивания на экзамене:**

*От 22 до 30 баллов и/или «отлично»:* студент глубоко и полно владеет содержанием учебного материала и понятийным аппаратом; умеет связывать теорию с практикой, иллюстрировать примерами, фактами, данными научных исследований; осуществляет межпредметные связи, предложения, выводы; логично, четко и ясно излагает ответы на поставленные вопросы; умеет обосновывать свои суждения и профессионально-личностную позицию по излагаемому вопросу; ответ носит самостоятельный характер.

*От 14 до 21 баллов и/или «хорошо»:* ответ студента соответствует указанным выше критериям, но в содержании имеют место отдельные неточности (несущественные ошибки) при изложении теоретического и практического материала; ответ отличается меньшей обстоятельностью, глубиной, обоснованностью и полнотой; однако допущенные ошибки исправляются самим студентом после дополнительных вопросов экзаменатора.

*От 7 до 13 баллов и/или «удовлетворительно»:* студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности и существенные ошибки в определении понятий, формулировке положений; при аргументации ответа студент не опирается на основные положения исследовательских документов; не применяет теоретические знания для объяснения эмпирических фактов и явлений, не обосновывает свои суждения; имеет место нарушение логики изложения; в целом ответ отличается низким уровнем самостоятельности, не содержит собственной профессионально-личностной позиции.

*От 0 до 6 баллов и/или «неудовлетворительно»:* студент имеет разрозненные, бессистемные знания; не умеет выделять главное и второстепенное; в ответе допускаются ошибки в определении понятий, формулировке теоретических положений, искажающие их смысл; студент не ориентируется в нормативно-концептуальных, программно-методических, исследовательских материалах, беспорядочно и неуверенно излагает материал; не умеет соединять теоретические положения с педагогической практикой; не умеет применять знания для объяснения эмпирических фактов, не устанавливает межпредметные связи.

## **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедура оценки знаний умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, производится преподавателем в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Для повышения эффективности текущего контроля и последующей промежуточной аттестации студентов осуществляется структурирование дисциплины на модули. Каждый модуль учебной дисциплины включает в

себя изучение законченного раздела, части дисциплины.

Основными видами текущего контроля знаний, умений и навыков в течение каждого модуля учебной дисциплины являются тестовый контроль, устный опрос, написание рефератов, решение ситуационных задач.

Студент должен выполнить все контрольные мероприятия, предусмотренные в модуле учебной дисциплины к указанному сроку, после чего преподаватель проставляет балльные оценки, набранные студентом по результатам текущего контроля модуля учебной дисциплины.

Контрольное мероприятие считается выполненным, если за него студент получил оценку в баллах, не ниже минимальной оценки, установленной программой дисциплины по данному мероприятию.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится в устной или письменной форме по утвержденным билетам. Каждый билет содержит по два вопроса, и третьего, вопроса или задачи, или практического задания.

Первый вопрос в экзаменационном билете - вопрос для оценки уровня обученности «знать», в котором очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины.

Второй вопрос для оценки уровня обученности «знать» и «уметь», который позволяет оценить не только знания по дисциплине, но и умения ими пользоваться при решении стандартных типовых задач.

Третий вопрос (задача/задание) для оценки уровня обученности «владеть», содержание которого предполагает использование комплекса умений и навыков для того, чтобы обучающийся мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая имеющиеся знания.

По итогам сдачи экзамена выставляется оценка.

Критерии оценки знаний обучающихся на экзамене:

- оценка «отлично» выставляется, если обучающийся обладает глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе на все вопросы билета продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;

- оценка «хорошо» выставляется, если обучающийся обладает достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод; два первых вопроса билета освещены полностью, а третий доводится до логического завершения после наводящих вопросов преподавателя;

- оценка «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся имеет общие знания основного материала без усвоения некоторых существенных

положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения; все вопросы билета начаты и при помощи наводящих вопросов преподавателя доводятся до конца;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обучающийся не знает значительную часть программного материала; допустил существенные ошибки в процессе изложения; не умеет выделить главное и сделать вывод; приводит ошибочные определения; ни один вопрос билета не рассмотрен до конца, даже при помощи наводящих вопросов преподавателя.

Основным методом оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций является балльно-рейтинговая система, которая регламентируется Положением о балльно-рейтинговой системе оценки обучения в ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ.

Основными видами поэтапного контроля результатов обучения студентов являются: рубежный рейтинг, творческий рейтинг, рейтинг личностных качеств, рейтинг сформированности прикладных практических требований, промежуточная аттестация.

Уровень развития компетенций оценивается с помощью рейтинговых баллов.

<b>Рейтинги</b>	<b>Характеристика рейтингов</b>	<b>Максимум баллов</b>
Рубежный	Отражает работу студента на протяжении всего периода изучения дисциплины. Определяется суммой баллов, которые студент получит по результатам изучения каждого модуля.	60
Творческий	Результат выполнения студентом индивидуального творческого задания различных уровней сложности, в том числе, участие в различных конференциях и конкурсах на протяжении всего курса изучения дисциплины.	5
Рейтинг личностных качеств	Оценка личностных качеств обучающихся, проявленных ими в процессе реализации дисциплины (модуля) (дисциплинированность, посещаемость учебных занятий, сдача вовремя контрольных мероприятий, ответственность, инициатива и др.)	10
Рейтинг сформированности прикладных практических требований	Оценка результата сформированности практических навыков по дисциплине (модулю), определяемый преподавателем перед началом проведения промежуточной аттестации и оценивается как «зачтено» или «не зачтено».	+
Промежуточная аттестация	Является результатом аттестации на окончательном этапе изучения дисциплины по итогам сдачи зачета или экзамена. Отражает уровень освоения информационно-теоретического компонента в целом и основ практической деятельности в частности.	25
Итоговый рейтинг	Определяется путём суммирования всех рейтингов	100



Общий рейтинг по дисциплине складывается из рубежного, творческого, рейтинга личностных качеств, рейтинга сформированности прикладных практических требований, промежуточной аттестации (экзамена).

Рубежный рейтинг – результат текущего контроля по каждому модулю дисциплины, проводимого с целью оценки уровня знаний, умений и навыков студента по результатам изучения модуля. Оптимальные формы и методы рубежного контроля: устные собеседования, письменные контрольные опросы, в т.ч. с использованием ПЭВМ и ТСО, результаты выполнения лабораторных и практических заданий. В качестве практических заданий могут выступать крупные части (этапы) курсовой работы или проекта, расчетно-графические задания, микропроекты и т.п.

Промежуточная аттестация – результат аттестации на окончательном этапе изучения дисциплины по итогам сдачи *зачета/ экзамена*, проводимого с целью проверки освоения информационно-теоретического компонента в целом и основ практической деятельности в частности. Оптимальные формы и методы выходного контроля: письменные экзаменационные или контрольные работы, индивидуальные собеседования.

Творческий рейтинг – составная часть общего рейтинга дисциплины, представляет собой результат выполнения студентом индивидуального творческого задания различных уровней сложности.

Рейтинг личностных качеств - оценка личностных качеств обучающихся, проявленных ими в процессе реализации дисциплины (модуля) (дисциплинированность, посещаемость учебных занятий, сдача вовремя контрольных мероприятий, ответственность, инициатива и др.

Рейтинг сформированности прикладных практических требований - оценка результата сформированности практических навыков по дисциплине (модулю), определяемый преподавателем перед началом проведения промежуточной аттестации и оценивается как «зачтено» или «не зачтено».

В рамках балльно-рейтинговой системы контроля успеваемости студентов, семестровая составляющая балльной оценки по дисциплине формируется при наборе заданной в программе дисциплины суммы баллов, получаемых студентом при текущем контроле в процессе освоения модулей учебной дисциплины в течение семестра.

Итоговая оценка /зачёта/ компетенций студента осуществляется путём автоматического перевода баллов общего рейтинга в стандартные оценки.

Максимальная сумма рейтинговых баллов по учебной дисциплине составляет 100 баллов.

По дисциплине с экзаменом необходимо использовать следующую шкалу пересчета суммарного количества набранных баллов в четырехбалльную систему:

Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
менее 51 балла	51-67 баллов	67,1-85 баллов	85,1-100 баллов