

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.03.2026 10:08:32
Уникальный программный ключ:
5cf0d6f89e80f49a334f6a4ba58e91f526b9926

Приложение А

(обязательное к рабочей программе дисциплины)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Связи с общественностью»

Уровень образования

бакалавриат

(бакалавриат/магистратура/специалитет)

Направление подготовки
бакалавриата/магистратуры/специальность

43.03.02 Туризм

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Профиль направления
подготовки/специализация

Технология и организация туроператорских
и турагентских услуг
(наименование)

Разработчик

подпись

Гасанова П.А., к.филол.н., ст.преп.
(ФИО уч. степень, уч. звание)

Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры «Гуманитарные науки»
«01» 09 20 25 г., протокол № 1

Зав. кафедрой

подпись

Булатов А.Г., д.и.н., профессор кафедры ГН
(ФИО уч. степень, уч. звание)

г. Махачкала 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)
 - 2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП
 - 2.1.2. Этапы формирования компетенций
 - 2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования
 - 2.2.2. Описание шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП
 - 3.1. Задания и вопросы для входного контроля
 - 3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций
 - 3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины Связи с общественностью и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся (в т.ч. по самостоятельной работе студентов, далее – СРС), освоивших программу данной дисциплины.

Целью фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

Рабочей программой дисциплины Связи с общественностью предусмотрено формирование следующей компетенции:

1. УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
2. ПК-4. Способен проектировать объекты туристской деятельности

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Перечень оценочных средств, рекомендуемых для заполнения таблицы 1 (в ФОС не приводится, используется только для заполнения таблицы)

- *Аттестационная контрольная работа*
- *Тест (для текущего контроля)*
- *Реферат*
- *Устный опрос*
- *Задачи*
- *Кейс-задание*
- *Задания / вопросы для проведения зачета*

Перечень оценочных средств при необходимости может быть дополнен

2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Таблица 1

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Критерии оценивания	Наименование контролируемых разделов и тем ¹
<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>УК-5.1. Проявляет способности самостоятельного анализа и оценки исторических явлений и вклада исторических деятелей в развитие цивилизации.</p>	<p>Знать: социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские учения. Уметь: находить, сравнивать и обобщать лингвокультурологическую и страноведческую информацию, получаемую из разных источников. Владеть: способностью интерпретировать литературные тексты и речевые высказывания представителей другой культуры и соотносить их с явлениями собственной культуры.</p>	<p>Тема 1. Научно-теоретические, исторические предпосылки и условия формирования и развития PR. Социальное содержание и концептуальная разработка PR Тема 2. Основные этические, юридические нормы и кодексы профессионального поведения в PR Тема 3. Массовые коммуникации: история, теория, практика, социальные и психологические аспекты Тема 4. Имидж как специфическая PR-проблема Тема 5. Общественное мнение и PR. Взаимоотношения со СМИ Тема 6. Организация и технология проведения PR-кампаний Тема 7. PR и управление кризисными ситуациями Тема 8. Менеджмент в сфере PR. Связи с общественностью в маркетинге: в коммерческих некоммерческих организациях Тема 9. Связи с общественностью в гостиничном деле</p>
	<p>УК-5.2. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию, анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений</p>	<p>Знать: различные способы, формы и механизмы межкультурного общения. Уметь: ориентироваться в сфере изучения и осуществления межкультурного взаимодействия в устной и письменной формах его реализации; рассматривать процесс межкультурной коммуникации в синхроническом и диахроническом аспектах. Владеть: способностью преодолевать влияние стереотипов при изучении и осуществлении межкультурного диалога в общей и профессиональной сферах общения.</p>	
<p>ПК-4. Способен проектировать объекты</p>	<p>ПК-4.1. Использует методы и технологии проектирования</p>	<p>Знать: Основные методы и технологии проектирования в сфере туризма; этапы</p>	<p>Тема 1. Научно-теоретические, исторические предпосылки и</p>

¹Наименования разделов и тем должен соответствовать рабочей программе дисциплины.

туристской деятельности	деятельности туристского предприятия.	проектирования. Уметь: Применять соответствующие методы для разработки проектов, учитывая специфику туристского бизнеса. Владеть: Компетенцией интеграции современных технологий в процесс проектирования, включая программные средства и инструменты для визуализации проектов	условия формирования и развития PR. Социальное содержание и концептуальная разработка PR Тема 2. Основные этические, юридические нормы и кодексы профессионального поведения в PR Тема 3. Массовые коммуникации: история, теория, практика, социальные и психологические аспекты
	ПК-4.2. Оценивает эффективность планирования по различным направлениям проекта	Знать: Параметры оценки эффективности проектного планирования, методы и инструменты анализа. Уметь: Использовать подходы к оценке эффективности в зависимости от направлений проекта (финансовые, социальные, экологические аспекты). Владеть: Способностью обосновывать оценку эффективности и вносить коррективы в планирование на основе результатов анализа	Тема 4. Имидж как специфическая PR-проблема Тема 5. Общественное мнение и PR. Взаимоотношения со СМИ Тема 6. Организация и технология проведения PR-кампаний
	ПК-4.3. Рассчитывает качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность проекта	Знать: Виды качественных и количественных показателей, используемых в проектной деятельности. Уметь: Проводить расчеты показателей, проводить их сравнительный анализ и интерпретацию данных. Владеть: Умением использовать программное обеспечение для расчета показателей и визуализации результатов (например, Excel, специализированные программные продукты).	Тема 7. PR и управление кризисными ситуациями Тема 8. Менеджмент в сфере PR. Связи с общественностью в маркетинге: в коммерческих некоммерческих организациях Тема 9. Связи с общественностью в гостиничном деле

2.1.2. Этапы формирования компетенций

Сформированность компетенций по дисциплине Связи с общественностью определяется на следующих этапах:

1. **Этап текущих аттестаций** (Для проведения текущих аттестаций могут быть использованы оценочные средства, указанные в разделе 2)
2. **Этап промежуточных аттестаций** (Для проведения промежуточной аттестации могут быть использованы другие оценочные средства)

Таблица 2

Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения	Этапы формирования компетенции	
		Этап текущих аттестаций	Этап промежуточной аттестации

формируемой компетенции	формируемой компетенции	1-5 неделя	6-10 неделя	11-15 неделя	1-17 неделя		18-20 неделя
		Текущая аттестация №1	Текущая аттестация №2	Текущая аттестация №3	СРС	КР/КП	Промежуточная аттестация
1		2	3	4	5	6	7
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом философском контекстах	УК-5.1. Проявляет способности самостоятельного анализа и оценки исторических явлений и вклада исторических деятелей в развитие цивилизации.	Тест №1	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Реферат	-	Письменная зачетная работа
	УК-5.2. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию, анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений	Аттестационная контрольная работа №1	Устный опрос	Тест №2	Реферат	-	Письменная зачетная работа
ПК-4. Способен проектировать объекты туристской деятельности	ПК-4.1. Использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия.	Тест №1	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Реферат	-	Письменная зачетная работа
	ПК-4.2. Оценивает эффективность планирования по различным направлениям проекта	Аттестационная контрольная работа №1	Устный опрос	Тест №2	Реферат	-	Письменная зачетная работа
	ПК-4.3. Рассчитывает качественные и количественные показатели,	Устный опрос	Аттестационная контрольная	Ситуационные задачи	Реферат	-	Письменная зачетная работа

	характеризующие эффективность проекта		работа №2				
--	--	--	-----------	--	--	--	--

СРС – самостоятельная работа студентов;

КР – курсовая работа;

КП – курсовой проект.

2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования

Результатом освоения дисциплины Связи с общественностью является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий, повышенный, базовый, низкий.

Таблица 3

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
Высокий (оценка «отлично», «зачтено»)	Сформированы четкие системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции	Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции
Повышенный (оценка «хорошо», «зачтено»)	Знания и представления по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции	Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продемонстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками. Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков
Базовый (оценка «удовлетворительно», «зачтено»)	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП.	Обучающийся владеет знаниями основного материал на базовом уровне. Ответы на вопросы оценочных средств неполные,

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
	Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями для их устранения. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции	допущены существенные ошибки. Продemonстрирован базовый уровень владения практическими умениями и навыками, соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач
Низкий (оценка «неудовлетворительно», «не зачтено»)	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков	

Показатели уровней сформированности компетенций могут быть изменены, дополнены и адаптированы к конкретной рабочей программе дисциплины.

2.2.2. Описание шкал оценивания

В ФГБОУ ВО «ДГТУ» внедрена модульно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. В соответствии с этой системой применяются пятибальная, двадцатибальная и стобальная шкалы знаний, умений, навыков.

Шкалы оценивания			Критерии оценивания
пятибальная	двадцатибальная	стобальная	
«Отлично» - 5 баллов	«Отлично» - 18-20 баллов	«Отлично» - 85 – 100 баллов	Показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрирует глубокое и прочное усвоение материала; - исчерпывающе, четко, последовательно, грамотно и логически стройно излагает теоретический материал; - правильно формирует определения; - демонстрирует умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; - умеет делать выводы по излагаемому материалу.
«Хорошо» - 4 баллов	«Хорошо» - 15 - 17 баллов	«Хорошо» - 70 - 84 баллов	Показывает достаточный уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует достаточно полное знание материала, основных теоретических положений; - достаточно последовательно, грамотно логически стройно излагает материал; - демонстрирует умения ориентироваться в нормальной литературе; - умеет делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Удовлетворительно» - 3 баллов	«Удовлетворительно» - 12 - 14 баллов	«Удовлетворительно» - 56 – 69 баллов	Показывает пороговый уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует общее знание изучаемого материала; - испытывает серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы; - знает основную рекомендуемую литературу; - умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого материала.
«Неудовлетворительно» - 2 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-11 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-55 баллов	Ставится в случае: <ul style="list-style-type: none"> - незнания значительной части программного материала; - не владения понятийным аппаратом дисциплины; - допущения существенных ошибок при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП

3.1. Задания и вопросы для входного контроля

1. Что понимается под пиаром
2. Что понимается под средствами массовой информации
3. Как использует в своей работе СМИ специалист по менеджменту
4. Основные функции современного менеджера
5. Что понимается под рекламой и как она используется в работе современной организации
6. Какие виды исследований вы знаете
7. Как можно оценить действия и усилия организации
8. Что понимается под коммуникацией
9. Что в вашем понимании менеджмент организации
10. Назовите основные мероприятия, проводимые для того, чтобы организация стала известной
11. Как надо работать со СМИ для получения наибольшего эффекта для организации
12. Для чего нужен в организации отдел по маркетингу
13. Для чего нужен отдел по менеджменту и рекламе. Их основные различия
14. Роль маркетинга в современной организации
15. Информация и ее значения для современного общества и человека

3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций

Критерии оценки уровня сформированности компетенций приводятся для каждого из используемых оценочных средств, указанных в разделе 2 фонда оценочных средств.

3.2.1. Контрольные вопросы для первой аттестации

1. Основные функции и структура управления связями с общественностью
2. Роль отделов по связям с общественностью в различных организационных структурах
3. Агентства по связям с общественностью и их роль для организаций
4. Требования к персоналу внутрифирменных служб по связям с общественностью
5. Толпа – масса – общественность. Общественные группы
6. Общественное мнение как структурный элемент ПР
7. Индивидуальные ориентации и совместная ориентация
8. Способы управления общественным мнением
9. Исследование как первый шаг в налаживании взаимоотношений организации с внешней средой
10. Техники исследовательской работы
11. Прикладные социологические исследования
12. Социально-психологические исследования
13. Формальные и неформальные методы
14. Ценность и подходы к планированию
15. Элементы плана программы
16. Программирование деятельности. Определение миссии организации
17. Принципы выделения и описания целевых аудиторий
18. Оценка эффективности отношений с общественностью
19. Планирование в управлении событиями

3.2.2. Контрольные вопросы для второй аттестации

1. Коммуникация как процесс и его цели
2. Виды и характеристики коммуникаций
3. Коммуникационный менеджмент в организации
4. Цели, задачи и современный уровень измерения и оценки
5. Измерение выполненных работ

6. Измерение воздействия сообщений
7. Измерение осведомленности, установок и действий аудитории
8. Измерение дополнительных видов деятельности
9. Маркетинговые коммуникации
10. Организация и планирование деятельности ПР в менеджменте
11. Основные различия ПР, маркетинга и менеджмента
12. Маркетинговый публик рилейшнз
13. Массовые коммуникации и средства массовой информации
14. Общие правила отношений с СМИ
15. Работа с прессой
16. Работа с радио и телевидением
17. Интернет в ПР
18. Цели отношений с потребителями
19. Продвижение товаров и услуг
20. Офис разбора претензий

3.2.3. Контрольные вопросы для третьей аттестации

1. Рост значимости отношений с занятыми
2. Принципы современных коммуникаций с занятыми
3. Средства внутриорганизационных коммуникаций
4. Лоббирование
5. Комитеты политического действия
6. Работа с местными органами государственной власти и местной общественностью
7. Советы лоббистам
8. Организация программы отношений с инвесторами
9. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и сми
10. Инструменты финансовых коммуникаций корпорации
11. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами
12. Имидж и его природа
13. «Анатомия» имиджа
14. Внутренняя общественность и имидж организации
15. ПР-реклама имиджа
16. Церемонии открытия
17. Приемы
18. Презентации
19. Конференции
20. Дни открытых дверей
21. Круглые столы
22. Выставки

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении аттестационной контрольной работы:

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);

- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

3.2.4. Примерная тематика рефератов/докладов по дисциплине

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. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью
4. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью
5. Виды информационных поводов и способы их создания
6. Внутрикorporативный PR. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом
7. Конфликты и способы их разрешения PR-подразделениями
8. Статус и стиль деятельности менеджера по PR
9. Профессиональные организации и ассоциации PR в разных странах мира
10. Возникновение связей с общественностью как социального института
11. Связи с общественностью как функция менеджмента
12. Современный специалист в области связей с общественностью
13. Связи с общественностью как профессиональная деятельность
14. Международные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью
15. Национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью
16. Этика профессионального поведения
17. Организация работы отдела по связям с общественностью
18. Спонсорство
19. Корпоративная культура
20. Управление имиджем организации
21. Имидж политического деятеля и его поддержание средствами связей с общественностью
22. Маркетинговые исследования в сфере связей с общественностью
23. Функции специалистов по связям с общественностью в кризисных ситуациях
24. Принципы и способы взаимодействия связей с общественностью и средствами массовой информации
25. Фирменный стиль организации
26. Проведение кампаний по связям с общественностью
27. Роль политических публичных рилейшнз в манипулировании массовым сознанием и поведением
28. Организация избирательной кампании
29. Связи с общественностью в коммерческом секторе
30. Фандрайзинг как технология связей с общественностью
31. Связи с общественностью в государственном управлении
32. Связи с общественностью в некоммерческих организациях
33. Управление процессом публичных рилейшнз
34. Внутрикorporативные коммуникации и отношения с персоналом
35. Связи с общественностью и искусство убеждения
36. Организация специальных событий
37. Сайт организации как форма продвижения имиджа
38. Связи с общественностью в маркетинговых коммуникациях
39. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью

3.2.5. Вопросы для проверки остаточных знаний

1. Ресурсы обеспечения деятельности СО
2. Расчет бюджета отдела СО
3. Задачи подразделения СО в структуре предприятия
4. Литературная группа в структуре отдела по СО
5. Аналитическая группа в структуре СО
6. Производственный сегмент в отделе по СО
7. Координация работы отдела по СО с другими структурами государственной службы
8. Работа PR-отдела по спонсированию и по поиску спонсоров (фандрайзинг)
9. Содержание работы PR-отдела с клиентами
10. Правовой аспект PR-работы с потребителями
11. Защита информации как важное направление в работе PR-отдела
12. Реклама как важнейшее направление в работе PR-отдела
13. Координация планирования PR-программы и оценка ее эффективности
14. Разработка программы PR-компании в рамках PR-отдела
15. Взаимодействие PR-отдела с целевыми аудиторами

3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

3.3.1. Зачетные вопросы

1. Основные функции и структура управления связями с общественностью
2. Роль отделов по связям с общественностью в различных организационных структурах
3. Агентства по связям с общественностью и их роль для организаций
4. Требования к персоналу внутрифирменных служб по связям с общественностью
5. Толпа – масса – общественность. Общественные группы
6. Общественное мнение как структурный элемент ПР
7. Индивидуальные ориентации и совместная ориентация
8. Способы управления общественным мнением
9. Исследование как первый шаг в налаживании взаимоотношений организации с внешней средой
10. Техники исследовательской работы
11. Прикладные социологические исследования
12. Социально-психологические исследования
13. Формальные и неформальные методы
14. Ценность и подходы к планированию
15. Элементы плана программы
16. Программирование деятельности. Определение миссии организации
17. Принципы выделения и описания целевых аудиторий
18. Оценка эффективности отношений с общественностью
19. Планирование в управлении событиями
20. Коммуникация как процесс и его цели
21. Виды и характеристики коммуникаций
22. Коммуникационный менеджмент в организации
23. Цели, задачи и современный уровень измерения и оценки
24. Измерение выполненных работ
25. Измерение воздействия сообщений
26. Измерение осведомленности, установок и действий аудитории
27. Измерение дополнительных видов деятельности
28. Маркетинговые коммуникации
29. Организация и планирование деятельности ПР в менеджменте
30. Основные различия ПР, маркетинга и менеджмента
31. Маркетинговый публик рилейшнз
32. Массовые коммуникации и средства массовой информации
33. Общие правила отношений с СМИ

34. Работа с прессой
35. Работа с радио и телевидением
36. Интернет в ПР
37. Цели отношений с потребителями
38. Продвижение товаров и услуг
39. Офис разбора претензий
40. Рост значимости отношений с занятыми
41. Принципы современных коммуникаций с занятыми
42. Средства внутриорганизационных коммуникаций
43. Лоббирование
44. Комитеты политического действия
45. Работа с местными органами государственной власти и местной общественностью
46. Советы лоббистам
47. Организация программы отношений с инвесторами
48. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ
49. Инструменты финансовых коммуникаций корпорации
50. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами
51. Имидж и его природа
52. «Анатомия» имиджа
53. Внутренняя общественность и имидж организации
54. ПР-реклама имиджа
55. Церемонии открытия
56. Приемы. Презентации. Конференции
57. Дни открытых дверей. Круглые столы. Выставки
58. Подготовка к кризису и его начало
59. Проблемы управления кризисом
60. Коммуникации в ситуации кризиса
61. Рекомендации по успешному преодолению кризиса
62. Проверка готовности к кризису
63. Факторы актуализации мультинациональных деловых коммуникаций
64. Уровни деловой культуры: национальный, региональный, глобальный
65. Культурные различия: критерии, содержание и значение в ПР
66. Западная и восточная деловые культуры

Дополнительно указываются:

а) методические рекомендации по подготовке и процедуре осуществления контроля выполнения.

Зачеты и экзамены могут быть проведены в письменной форме, а также в письменной форме с устным дополнением ответа. Зачеты служат формой проверки качества выполнения студентами лабораторных работ, усвоения семестрового учебного материала по дисциплине (модулю), практических и семинарских занятий (при отсутствии экзамена по дисциплине).

По итогам зачета, соответствии с модульно – рейтинговой системой университета, выставляются баллы с последующим переходом по шкале баллы – оценки за зачет, выставляемый как по наименованию «зачтено», «не зачтено», так и дифференцированно т.е. с выставлением отметки по схеме – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», определяемое решением Ученого совета университета и прописываемого в учебном плане.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения зачета:

- оценка «зачтено»: обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание материала, свободно выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, усвоивший основную и дополнительную литературу. Обучающийся выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне не ниже базового;

- оценка «не зачтено»: обучающийся демонстрирует незнание материала, не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины. Обучающийся не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне ниже базового. Дальнейшее освоение ОПОП невозможно без дополнительного изучения материала и подготовки к зачету.