



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет БРИКС (ЮниБРИКС)»

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета БРИКС
«15» февраля 2021г.
(Решение № УС 15-02-21/1 от 15.02.2021)

Мотивированное мнение Студенческого совета Университета
БРИКС учтено
«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № СС 15-02-21/1)

Мотивированное мнение Научного студенческого совета
Университета БРИКС учтено
«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № НС 15-02-21/1)



УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета БРИКС
Клевцов Виталий Владимирович
«15» февраля 2021 г.
(Приказ № 15-02-21/1)

Оценочные материалы по дисциплине Управление человеческими ресурсами

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль) программы
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Форма обучения – **заочная**

СОГЛАСОВАНО

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
"КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА "ФИНИУМ"

Заместитель генерального директора по стратегическому
развитию

Соловьева Анастасия Владимировна, кандидат экономических
наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

СОГЛАСОВАНО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ"

Проректор по учебной работе

Гафарова Оксана Владимировна, кандидат экономических наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

Москва
2021

Программу разработал(и):
кандидат филологических наук Захарченко Тимур Евгеньевич, доцент

1. Область применения оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой совокупность оценочных средств, предназначенных для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике; для оценки сформированности у обучающихся индикаторов достижения компетенций, установленных ОПОП.

Настоящие оценочные материалы предназначены для оценки результатов обучения по дисциплине Управление человеческими ресурсами, для оценки сформированности у обучающихся соответствующих индикаторов достижения компетенций.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы	Индикаторы достижения компетенций
ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)	РПК-1 формирование компетенции ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)	ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ
ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)	РПК-2 формирование компетенции ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)	ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

3. Перечень индикаторов достижения компетенций, соотнесенных с оценочными средствами

Текущий контроль успеваемости или промежуточная аттестация обучающихся	Оценочные средства	Индикатор(ы) достижения компетенций
Текущий контроль успеваемости: Устные опросы (два в календарный модуль)	Вопросы для устных опросов	ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента
Текущий контроль успеваемости: Контрольная работа	Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы); ситуационные задания	ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента
Промежуточная аттестация обучающихся: Зачет	Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся); ситуационные задания	ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

4. Характеристика оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля успеваемости обучающихся используются устные опросы и контрольная работа.

Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижения компетенций, обладает большими возможностями воспитательного воздействия педагогического работника.

Устный опрос проводится во время занятий семинарского типа. Устный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы устного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Устные опросы организованы так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Перечень вопросов для устного опроса доводится до сведения студентов.

Контрольная работа

Контрольная работа дает возможность:

- сформировать для всех обучающихся одинаковые условия,
- объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя,
- проверить обоснованность оценки.

Цель контрольной работы – закрепление основных положений изучаемой дисциплины и умение использовать их на практике при решении профессиональных задач.

Достижение цели предполагает решение следующих задач:

- дать ответы на теоретические вопросы по курсу;
- выполнить ситуационные задания.

Контрольная работа включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Ситуационное задание

Ситуационное задание позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций.

Выполнение ситуационного задания состоит в определении способа деятельности в той или иной ситуации и(или) выполнения этой деятельности.

Для обеспечения равноценности заданий рекомендуется малое количество вариантов ситуационных заданий для промежуточной аттестации обучающихся, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным. Для проведения текущего контроля успеваемости рекомендуется один вариант ситуационных заданий, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным.

Ситуационное задание представляет собой описание конкретной ситуации, типичной для профессионального вида деятельности и(или) области знаний, соответствующих образовательной программе и осваиваемой дисциплине. Содержание ситуационного задания может включать описание условий деятельности и желаемого результата или конкретного задания (задачи). Ситуационное задание может содержать избыточную информацию или характеризоваться недостатком информации, что необходимо для того, чтобы подготовить обучающегося для успешной жизни в информационном обществе.

Письменный опрос

Письменный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций, освоение содержания дисциплины, умение логически построить ответ, владение письменной речью.

Письменный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы письменного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Перечень вопросов для письменного опроса доводится до сведения студентов.

Письменный опрос применяется как часть контрольной работы для текущего контроля успеваемости обучающихся.

5. Характеристика оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Зачет

Зачет – это форма промежуточной аттестации обучающихся, которая проходит в устной или письменной форме (определяется преподавателем). Задания для проведения зачета выполняются обучающимся самостоятельно. Зачет проводится по билетам, включающим задания для проведения зачета.

Задание для проведения зачета включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Теоретические вопросы для зачета избираются на основе вопросов для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся), определенных в настоящей ОПОП.

За выполнение заданий зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

6. Критерии оценивания (оценки)

Критерии оценивания устного и письменного опросов

Оценка		Критерии оценивания (оценки)
Устный опрос	Письменный опрос	
Зачтено	Отлично (числовое обозначение оценки - «5»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и полно и аргументированно отвечает по содержанию вопросов; обнаруживается понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно.
	Хорошо (числовое обозначение оценки - «4»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
	Удовлетворительно (числовое обозначение оценки - «3»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается знание и понимание основных положений вопросов, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
Не зачтено	Неудовлетворительно (числовое обозначение оценки - «2»)	Оценка ставится, если обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается незнание ответов на вопросы, обучающийся допускает ошибки в формулировке определений и(или) правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания (оценки) ситуационного задания

Оценка	Числовое обозначение оценки	Критерии оценивания (оценки)
Отлично	5	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Объяснение хода его выполнения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с правильным и свободным владением профессиональной терминологией; ответ(ы) на вопрос(ы) задания верный(ые), четкий(ие), непротиворечивые.
Хорошо	4	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Допускаются незначительные неточности. Объяснение хода его выполнения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании. Допускаются единичные ошибки в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания верные, непротиворечивые, но недостаточно четкие.
Удовлетворительно	3	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно правильный(ые). Объяснение хода его выполнения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания недостаточно четкие, с ошибками в деталях, противоречивые.
Неудовлетворительно	2	Обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно неправильные. Объяснение хода её решения дано неполное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования (в т.ч.

		лекционным материалом); ответы на дополнительные вопросы неправильные (отсутствуют).
--	--	---

Критерии оценивания (оценки) контрольной работы

За выполнение контрольной работы выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «Отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Критерии оценивания (оценки) зачета

За выполнение заданий зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» (то есть «отлично», «хорошо» или «удовлетворительно») из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

7. Содержание оценочных средств

Задания для текущего контроля успеваемости

Вопросы для устных опросов

Системный подход к управлению человеческими ресурсами.
История развития и концептуальные источники науки управления человеческими ресурсами.
Стратегическое управление человеческими ресурсами.
Динамика численности населения и трудовая миграция.
Показатели численности и структура человеческих ресурсов.
Институциональные основы рынка труда.
Технологии трудоустройства организации.
Деловая оценка работников. Новые формы занятости.
Оплата и стимулирование труда работников.
Реинжиниринг персонала предприятия.
Кадровый аудит и контроллинг управления человеческими ресурсами. Конфликты в организации.
Профессиональная подготовка работников и конкурентоспособность.
Организационные формы и методы профессионального обучения.
Профессиональная ориентация. Планирование карьеры и основы лидерства.
Регулирование социально-трудовых отношений.
Глобализация и международное управление человеческими ресурсами.
Информационное обеспечение системы управления человеческими ресурсами.
Национальная инновационная система. Кросс-культурный менеджмент.

Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

Определите трактовку понятия "синергетика".
Охарактеризуйте теорию развития человеческого капитала.
Охарактеризуйте историю развития концепции стратегического управления предприятием.
Охарактеризуйте школу научной организации труда в России.
В чем заключаются особенности реализации принципов инновационного управления трудом на примере отдельного государства (Япония, США, Россия и т.п.)?
Охарактеризуйте хоторнские эксперименты. Как они влияли на науку управления человеческими ресурсами?
Каким образом развивается интеллектуальная экономика в современной России?
Каковы основные проблемы человеческого капитала в современной российской экономике?
Что представляет собой патентная деятельность?
Охарактеризуйте патентное дело в России.
Что представляет собой демография?
Какие факторы влияют на размещение населения?
Какие факторы влияют на естественное движение населения?
Какими особенностями характеризуется современный этап воспроизводства населения?

Назовите негативные черты процесса урбанизации.
Что понимается под демографической обстановкой?
Охарактеризуйте разновидности трудоспособности.
Какой элемент системы управления человеческими ресурсами является базовым?
Какие существуют подходы к оценке деловых качеств работника?
Что учитывается при оценке сложности труда?
По каким признакам классифицируются рабочие места?
Назовите основные задачи учета и аттестации рабочих мест.
По каким элементам оценивается рабочее место?
Охарактеризуйте понятие «заемный труд».
Что представляет собой компетентность?
Что представляет собой компетенция?
Охарактеризуйте системные компетенции.
Что включает в себя область профессиональной деятельности?
Назовите объекты профессиональной деятельности выпускника.
Охарактеризуйте организационно-управленческую деятельность.
Для чего используется целевое обучение работников?
Что представляет собой глобализация?
Какие выделяют точки зрения в оценке глобализации?
Назовите основные проявления воздействия глобализации.
Охарактеризуйте молодежную безработицу.
Охарактеризуйте американскую модель УЧР.
Посредством каких органов международная организация труда осуществляет свою деятельность?
Назовите задачи подсистемы «Управление человеческими ресурсами».

Варианты заданий для контрольной работы

Варианты заданий для контрольной работы распределяются между обучающимися педагогическим работником.

Варианты заданий для контрольной работы

ВАРИАНТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

Ситуационное задание № 1

Прочитайте текст и проанализируйте его. Определите способы взаимодействия сотрудников компании. Выявите распределение функциональных обязанностей. Представьте, что Вы являетесь контент - менеджером. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента. Обоснуйте свой ответ, подкрепив теоретическими и практическими положениями дисциплины.

Вы несколько лет работаете в фирме в отделе обучения персонала. Обязанности однообразны, а вы не отвечаете за результат, так как совместно с другими специалистами выполняете работу по поручению менеджера отдела: получаете заказ на обучение, вносите его в базу планирования; подготавливаете список сотрудников на обучение, повышение квалификации по заявкам управляющих подразделений; вносите данные и передаете заявку руководителю. Вы дошли до стадии, когда стало скучно. Вы не хотите увольняться, так как есть возможность отпрашиваться, а в коллективе хороший психологический климат. В последнее время чувствуете, что неудовлетворенность усиливается, вы хотите выполнять сложную работу, которая не зависит от других. Вы уверены, что менеджер мог бы предложить место повыше. В ответ на просьбу о повышении он сказал, что ответит через пару дней. Через два дня руководитель предложил следующие условия: по результатам работы он не видит оснований для повышения, но предлагает в течение следующих месяцев выполнять функции ведущего специалиста; распоряжение о повышении сделают, если справитесь с работой; оплата не изменится, но, если работа выполняется качественно и в срок, вы получите премию.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте ситуацию. Определите классификацию конфликта, выявите его причин. Обоснуйте возможные варианты урегулирования конфликта и его последствия. Представьте, что Вы руководитель и Вам необходимо разработать проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ. Каковы будут Ваши дальнейшие действия?

В сети ресторанов объем и структура поставок (закупок) в каждый ресторан формируется не директором, а начальником отдела закупок центрального объективности в распределении ресурсов и обеспечивается контроль. С другой стороны, возникают конфликты с директорами из-за некорректности заявок, ошибок, что приводит к сбоям в работе ресторанов.

Письменный опрос

Вопрос 1	Назовите задачи подсистемы «Управление человеческими ресурсами».
Вопрос 2	В чем заключаются особенности реализации принципов инновационного управления трудом на примере отдельного государства (Япония, США, Россия и т.п.)?
Вопрос 3	Какие факторы влияют на естественное движение населения?
Вопрос 4	Каким образом развивается интеллектуальная экономика в современной России?
Вопрос 5	Охарактеризуйте школу научной организации труда в России.

ВАРИАНТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

Ситуационное задание № 1

Прочитайте текст и проанализируйте его. Определите способы взаимодействия сотрудников компании. Выявите распределение функциональных обязанностей. Представьте, что Вы являетесь контент - менеджером. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента. Обоснуйте свой ответ, подкрепив теоретическими и практическими положениями дисциплины.

Вы несколько лет работаете в фирме в отделе обучения персонала. Обязанности однообразны, а вы не отвечаете за результат, так как совместно с другими специалистами выполняете работу по поручению менеджера отдела: получаете заказ на обучение, вносите его в базу планирования; подготавливаете список сотрудников на обучение, повышение квалификации по заявкам управляющих подразделений; вносите данные и передаете заявку руководителю. Вы дошли до стадии, когда стало скучно. Вы не хотите увольняться, так как есть возможность отпрашиваться, а в коллективе хороший психологический климат. В последнее время чувствуете, что неудовлетворенность усиливается, вы хотите выполнять сложную работу, которая не зависит от других. Вы уверены, что менеджер мог бы предложить место повыше. В ответ на просьбу о повышении он сказал, что ответит через пару дней. Через два дня руководитель предложил следующие условия: по результатам работы он не видит оснований для повышения, но предлагает в течение следующих месяцев выполнять функции ведущего специалиста; распоряжение о повышении сделают, если справитесь с работой; оплата не изменится, но, если работа выполняется качественно и в срок, вы получите премию.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте ситуацию. Определите классификацию конфликта, выявите его причин. Обоснуйте возможные варианты урегулирования конфликта и его последствия. Представьте, что Вы руководитель и Вам необходимо разработать проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ. Каковы будут Ваши дальнейшие действия?

В сети ресторанов объем и структура поставок (закупок) в каждый ресторан формируется не директором, а начальником отдела закупок центральной объективности в распределении ресурсов и обеспечивается контроль. С другой стороны, возникают конфликты с директорами из-за некорректности заявок, ошибок, что приводит к сбоям в работе ресторанов.

Письменный опрос

Вопрос 1	Охарактеризуйте понятие «заемный труд».
Вопрос 2	Что понимается под демографической обстановкой?
Вопрос 3	Охарактеризуйте молодежную безработицу.
Вопрос 4	Охарактеризуйте организационно-управленческую деятельность.
Вопрос 5	По каким элементам оценивается рабочее место?

ВАРИАНТ 3

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

Ситуационное задание № 1

Прочитайте текст и проанализируйте его. Определите способы взаимодействия сотрудников компании. Выявите распределение функциональных обязанностей. Представьте, что Вы являетесь контент - менеджером. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента. Обоснуйте свой ответ, подкрепив теоретическими и практическими положениями дисциплины.

Вы несколько лет работаете в фирме в отделе обучения персонала. Обязанности однообразны, а вы не отвечаете за результат, так как совместно с другими специалистами выполняете работу по поручению менеджера отдела: получаете заказ на обучение, вносите его в базу планирования; подготавливаете список сотрудников на обучение, повышение квалификации по заявкам управляющих подразделений; вносите данные и передаете заявку руководителю. Вы дошли до стадии, когда стало скучно. Вы не хотите увольняться, так как есть возможность отпрашиваться, а в коллективе хороший психологический климат. В последнее время чувствуете, что неудовлетворенность усиливается, вы хотите выполнять сложную работу, которая не зависит от других. Вы уверены, что менеджер мог бы предложить место повыше. В ответ на просьбу о повышении он сказал, что ответит через пару дней. Через два дня руководитель предложил следующие условия: по результатам работы он не видит оснований для повышения, но предлагает в течение следующих месяцев выполнять функции ведущего специалиста; распоряжение о повышении сделают, если справитесь с работой; оплата не изменится, но, если работа выполняется качественно и в срок, вы получите премию.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте ситуацию. Определите классификацию конфликта, выявите его причин. Обоснуйте возможные варианты урегулирования конфликта и его последствия. Представьте, что Вы руководитель и Вам необходимо разработать проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ. Каковы будут Ваши дальнейшие действия?

В сети ресторанов объем и структура поставок (закупок) в каждый ресторан формируется не директором, а начальником отдела закупок центральной объективности в распределении ресурсов и обеспечивается контроль. С другой стороны, возникают конфликты с директорами из-за некорректности заявок, ошибок, что приводит к сбоям в работе ресторанов.

Письменный опрос

Вопрос 1	Охарактеризуйте хоторнские эксперименты. Как они влияли на науку управления человеческими ресурсами?
Вопрос 2	Назовите негативные черты процесса урбанизации.
Вопрос 3	Для чего используется целевое обучение работников?
Вопрос 4	Назовите объекты профессиональной деятельности выпускника.
Вопрос 5	Какой элемент системы управления человеческими ресурсами является базовым?

ВАРИАНТ 4

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

Ситуационное задание № 1

Прочитайте текст и проанализируйте его. Определите способы взаимодействия сотрудников компании. Выявите распределение функциональных обязанностей. Представьте, что Вы являетесь контент - менеджером. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента. Обоснуйте свой ответ, подкрепив теоретическими и практическими положениями дисциплины.

Вы несколько лет работаете в фирме в отделе обучения персонала. Обязанности однообразны, а вы не отвечаете за результат, так как совместно с другими специалистами выполняете работу по поручению менеджера отдела: получаете заказ на обучение, вносите его в базу планирования; подготавливаете список сотрудников на обучение, повышение квалификации по заявкам управляющих подразделений; вносите данные и передаете заявку руководителю. Вы дошли до стадии, когда стало скучно. Вы не хотите увольняться, так как есть возможность отпрашиваться, а в коллективе хороший психологический климат. В последнее время чувствуете, что неудовлетворенность усиливается, вы хотите выполнять сложную работу, которая не зависит от других. Вы уверены, что менеджер мог бы предложить место повыше. В ответ на просьбу о повышении он сказал, что ответит через пару дней. Через два дня руководитель предложил следующие условия: по результатам работы он не видит оснований для повышения, но предлагает в течение следующих месяцев выполнять функции ведущего специалиста; распоряжение о повышении сделают, если справитесь с работой; оплата не изменится, но, если работа выполняется качественно и в срок, вы получите премию.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте ситуацию. Определите классификацию конфликта, выявите его причин. Обоснуйте возможные варианты урегулирования конфликта и его последствия. Представьте, что Вы руководитель и Вам необходимо разработать проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ. Каковы будут Ваши дальнейшие действия?

В сети ресторанов объем и структура поставок (закупок) в каждый ресторан формируется не директором, а начальником отдела закупок центрального объективности в распределении ресурсов и обеспечивается контроль. С другой стороны, возникают конфликты с директорами из-за некорректности заявок, ошибок, что приводит к сбоям в работе ресторанов.

Письменный опрос

Вопрос 1	Охарактеризуйте американскую модель УЧР.
Вопрос 2	Определите трактовку понятия "синергетика".
Вопрос 3	Что представляет собой компетентность?
Вопрос 4	Охарактеризуйте патентное дело в России.
Вопрос 5	Назовите основные проявления воздействия глобализации.

ВАРИАНТ 5

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

Ситуационное задание № 1

Прочитайте текст и проанализируйте его. Определите способы взаимодействия сотрудников компании. Выявите распределение функциональных обязанностей. Представьте, что Вы являетесь контент - менеджером. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента. Обоснуйте свой ответ, подкрепив теоретическими и практическими положениями дисциплины.

Вы несколько лет работаете в фирме в отделе обучения персонала. Обязанности однообразны, а вы не отвечаете за результат, так как совместно с другими специалистами выполняете работу по поручению менеджера отдела: получаете заказ на обучение, вносите его в базу планирования; подготавливаете список сотрудников на обучение, повышение квалификации по заявкам управляющих подразделений; вносите данные и передаете заявку руководителю. Вы дошли до стадии, когда стало скучно. Вы не хотите увольняться, так как есть возможность отпрашиваться, а в коллективе хороший психологический климат. В последнее время чувствуете, что неудовлетворенность усиливается, вы хотите выполнять сложную работу, которая не зависит от других. Вы уверены, что менеджер мог бы предложить место повыше. В ответ на просьбу о повышении он сказал, что ответит через пару дней. Через два дня руководитель предложил следующие условия: по результатам работы он не видит оснований для повышения, но предлагает в течение следующих месяцев выполнять функции ведущего специалиста; распоряжение о повышении сделают, если справитесь с работой; оплата не изменится, но, если работа выполняется качественно и в срок, вы получите премию.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте ситуацию. Определите классификацию конфликта, выявите его причин. Обоснуйте возможные варианты урегулирования конфликта и его последствия. Представьте, что Вы руководитель и Вам необходимо разработать проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ. Каковы будут Ваши дальнейшие действия?

В сети ресторанов объем и структура поставок (закупок) в каждый ресторан формируется не директором, а начальником отдела закупок центральной объективности в распределении ресурсов и обеспечивается контроль. С другой стороны, возникают конфликты с директорами из-за некорректности заявок, ошибок, что приводит к сбоям в работе ресторанов.

Письменный опрос

Вопрос 1	Охарактеризуйте историю развития концепции стратегического управления предприятием.
Вопрос 2	Назовите задачи подсистемы «Управление человеческими ресурсами».
Вопрос 3	В чем заключаются особенности реализации принципов инновационного управления трудом на примере отдельного государства (Япония, США, Россия и т.п.)?
Вопрос 4	Какие факторы влияют на естественное движение населения?
Вопрос 5	Каким образом развивается интеллектуальная экономика в современной России?

Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся)

Определите трактовку понятия "синергетика".
Охарактеризуйте теорию развития человеческого капитала.
Охарактеризуйте историю развития концепции стратегического управления предприятием.
Охарактеризуйте школу научной организации труда в России.
В чем заключаются особенности реализации принципов инновационного управления трудом на примере отдельного государства (Япония, США, Россия и т.п.)?
Охарактеризуйте хотгорские эксперименты. Как они влияли на науку управления человеческими ресурсами?
Каким образом развивается интеллектуальная экономика в современной России?
Каковы основные проблемы человеческого капитала в современной российской экономике?
Что представляет собой патентная деятельность?
Охарактеризуйте патентное дело в России.
Что представляет собой демография?
Какие факторы влияют на размещение населения?
Какие факторы влияют на естественное движение населения?
Какими особенностями характеризуется современный этап воспроизводства населения?
Назовите негативные черты процесса урбанизации.
Что понимается под демографической обстановкой?
Охарактеризуйте разновидности трудоспособности.
Какой элемент системы управления человеческими ресурсами является базовым?
Какие существуют подходы к оценке деловых качеств работника?
Что учитывается при оценке сложности труда?
По каким признакам классифицируются рабочие места?
Назовите основные задачи учета и аттестации рабочих мест.
По каким элементам оценивается рабочее место?
Охарактеризуйте понятие «заемный труд».
Что представляет собой компетентность?
Что представляет собой компетенция?
Охарактеризуйте системные компетенции.
Что включает в себя область профессиональной деятельности?
Назовите объекты профессиональной деятельности выпускника.
Охарактеризуйте организационно-управленческую деятельность.
Для чего используется целевое обучение работников?
Что представляет собой глобализация?
Какие выделяют точки зрения в оценке глобализации?
Назовите основные проявления воздействия глобализации.
Охарактеризуйте молодежную безработицу.
Охарактеризуйте американскую модель УЧР.
Посредством каких органов международная организация труда осуществляет свою деятельность?
Назовите задачи подсистемы «Управление человеческими ресурсами».

Билеты для промежуточной аттестации обучающихся (Зачет)

БИЛЕТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

Ситуационное задание № 1

Прочитайте текст и проанализируйте его. Определите способы взаимодействия сотрудников компании. Выявите распределение функциональных обязанностей. Представьте, что Вы являетесь контент - менеджером. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента. Обоснуйте свой ответ, подкрепив теоретическими и практическими положениями дисциплины.

Джон Смит является директором филиала многонациональной фармацевтической компании. Филиал был образован на базе местного завода, приобретенного компанией. Один из приоритетов Джона – создание системы управления персоналом. Его компания известна в мире как один из лидеров в области применения новых методов управления человеческими ресурсами психологического тестирования, платы за знания. Работая в течение двух недель с восьми утра до девяти вечера, Джон Смит пытался изучить систему управления персоналом, существующую на заводе. Оказалось, что завод практически имел формальные (закрепленные в процедурах) методы управления человеческими ресурсами, а те немногие, что существовали, кардинально отличались от представлений Смита о современном управлении персоналом. Джон выяснил, что подбор новых сотрудников осуществлялся исключительно через знакомых, на заводе не имели представления о планировании карьеры, аттестации, подготовке резерва руководителей. Профессиональное обучение не планировалось, а организовывалось по мере необходимости руководителями подразделений. Заводские рабочие получают сдельную заработную плату, а сотрудники администрации должностные оклады и ежемесячные премии, составляющие до 40 % оклада. Фактический размер премии определяется директором завода и для 95 % сотрудников составляет 40 % оклада. Индексация заработной платы производится по решению директора в тот момент, когда, по его словам, «ждать больше нельзя». Во время бесед с руководителями завода, терпящего значительные убытки, Джон попытался поднять тему изменений в 26 области управления персоналом, однако поддержки не получил. Его собеседники предпочитали обсуждать передачу технологии, предлагая «оставить все как есть до лучших времен» в области управления персоналом, выдвигая в качестве основного аргумента «особые местные условия».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте ситуацию. Определите классификацию конфликта, выявите его причин. Обоснуйте возможные варианты урегулирования конфликта и его последствия. Представьте, что Вы руководитель и Вам необходимо разработать проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ. Каковы будут Ваши дальнейшие действия?

В сетевом магазине на вакантные места сотрудников присылает менеджер-УП всей сети. Управляющий магазином считает, что ему присылают неподходящих людей, из-за чего многие штатные единицы подолгу вакантны. В результате конфликта после переаттестации менеджер-УП попытался не принять на новый срок управляющего, а тот, в свою очередь, подал жалобу Гендиректору

Письменный опрос

Вопрос 1	Посредством каких органов международная организация труда осуществляет свою деятельность?
Вопрос 2	Что представляет собой компетенция?
Вопрос 3	Что включает в себя область профессиональной деятельности?

Вопрос 4	Какие факторы влияют на размещение населения?
Вопрос 5	Какие существуют подходы к оценке деловых качеств работника?

БИЛЕТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

Ситуационное задание №1

Прочитайте текст и проанализируйте его. Определите способы взаимодействия сотрудников компании. Выявите распределение функциональных обязанностей. Представьте, что Вы являетесь контент - менеджером. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента. Обоснуйте свой ответ, подкрепив теоретическими и практическими положениями дисциплины.

В компанию принят новый заместитель генерального директора по кадрам, перед ним поставлена задача - разработать и реализовать комплекс мер по развитию корпоративной культуры. Основной акцент должен быть сделан на изменении консервативного стиля управления и «омоложении» кадров. Новый руководитель поставил перед начальником службы персонала задачу провести процедуру тестирования по оценке навыков управления, чтобы получить максимально объективные данные о личностном и деловом потенциале каждого руководителя головного офиса (порядка 30 человек). Он хотел бы понять, кто есть кто и кто на что способен. Подобная оценка персонала ранее в компании не проводилась. Два года назад проходила аттестация, которая представляла собой заполнение бланка самооценки и собеседование с аттестационной комиссией. Некоторые руководители прошли тренинги по развитию лидерства и управлению временем в корпоративном учебном центре холдинга.

Ситуационное задание №2

Рассмотрите и проанализируйте ситуацию. Определите классификацию конфликта, выявите его причин. Обоснуйте возможные варианты урегулирования конфликта и его последствия. Представьте, что Вы руководитель и Вам необходимо разработать проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ. Каковы будут Ваши дальнейшие действия?

Менеджер по продажам с окладом в 20 тыс. рублей считает, что для повышения его личного и профессионального статуса ему нужен престижный автомобиль. Он берет кредит и вскоре выясняет, что не справляется с платежами. Он обращается к вышестоящему руководителю с просьбой повышения заработной платы, но ему отказывают в этом, ссылаясь на нехватку материальных ресурсов в организации.

Письменный опрос

Вопрос 1	Охарактеризуйте теорию развития человеческого капитала.
Вопрос 2	Какие выделяют точки зрения в оценке глобализации?
Вопрос 3	Что представляет собой глобализация?
Вопрос 4	Охарактеризуйте системные компетенции.
Вопрос 5	По каким признакам классифицируются рабочие места?

БИЛЕТ 3

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

Ситуационное задание №1

Прочитайте текст и проанализируйте его. Определите способы взаимодействия сотрудников компании. Выявите распределение функциональных обязанностей. Представьте, что Вы являетесь контент - менеджером. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента. Обоснуйте свой ответ, подкрепив теоретическими и практическими положениями дисциплины.

Джон Смит является директором филиала многонациональной фармацевтической компании. Филиал был образован на базе местного завода, приобретенного компанией. Один из приоритетов Джона – создание системы управления персоналом. Его компания известна в мире как один из лидеров в области применения новых методов управления человеческими ресурсами психологического тестирования, платы за знания. Работая в течение двух недель с восьми утра до девяти вечера, Джон Смит пытался изучить систему управления персоналом, существующую на заводе. Оказалось, что завод практически имел формальные (закрепленные в процедурах) методы управления человеческими ресурсами, а те немногие, что существовали, кардинально отличались от представлений Смита о современном управлении персоналом. Джон выяснил, что подбор новых сотрудников осуществлялся исключительно через знакомых, на заводе не имели представления о планировании карьеры, аттестации, подготовке резерва руководителей. Профессиональное обучение не планировалось, а организовывалось по мере необходимости руководителями подразделений. Заводские рабочие получают сдельную заработную плату, а сотрудники администрации должностные оклады и ежемесячные премии, составляющие до 40 % оклада. Фактический размер премии определяется директором завода и для 95 % сотрудников составляет 40 % оклада. Индексация заработной платы производится по решению директора в тот момент, когда, по его словам, «ждать больше нельзя». Во время бесед с руководителями завода, терпящего значительные убытки, Джон попытался поднять тему изменений в 26 области управления персоналом, однако поддержки не получил. Его собеседники предпочитали обсуждать передачу технологии, предлагая «оставить все как есть до лучших времен» в области управления персоналом, выдвигая в качестве основного аргумента «особые местные условия».

Ситуационное задание №2

Рассмотрите и проанализируйте ситуацию. Определите классификацию конфликта, выявите его причин. Обоснуйте возможные варианты урегулирования конфликта и его последствия. Представьте, что Вы руководитель и Вам необходимо разработать проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ. Каковы будут Ваши дальнейшие действия?

В сетевом магазине на вакантные места сотрудников присылает менеджер-УП всей сети. Управляющий магазином считает, что ему присылают неподходящих людей, из-за чего многие штатные единицы подолгу вакантны. В результате конфликта после переаттестации менеджер-УП попытался не принять на новый срок управляющего, а тот, в свою очередь, подал жалобу Гендиректору

Письменный опрос

Вопрос 1	Что учитывается при оценке сложности труда?
Вопрос 2	Назовите задачи подсистемы «Управление человеческими ресурсами».
Вопрос 3	В чем заключаются особенности реализации принципов инновационного управления трудом на примере отдельного государства (Япония, США, Россия и т.п.)?
Вопрос 4	Назовите основные задачи учета и аттестации рабочих мест.
Вопрос 5	Что представляет собой патентная деятельность?

БИЛЕТ 4

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

Ситуационное задание № 1

Прочитайте текст и проанализируйте его. Определите способы взаимодействия сотрудников компании. Выявите распределение функциональных обязанностей. Представьте, что Вы являетесь контент - менеджером. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента. Обоснуйте свой ответ, подкрепив теоретическими и практическими положениями дисциплины.

В компанию принят новый заместитель генерального директора по кадрам, перед ним поставлена задача - разработать и реализовать комплекс мер по развитию корпоративной культуры. Основной акцент должен быть сделан на изменении консервативного стиля управления и «омоложении» кадров. Новый руководитель поставил перед начальником службы персонала задачу провести процедуру тестирования по оценке навыков управления, чтобы получить максимально объективные данные о личностном и деловом потенциале каждого руководителя головного офиса (порядка 30 человек). Он хотел бы понять, кто есть кто и кто на что способен. Подобная оценка персонала ранее в компании не проводилась. Два года назад проходила аттестация, которая представляла собой заполнение бланка самооценки и собеседование с аттестационной комиссией. Некоторые руководители прошли тренинги по развитию лидерства и управлению временем в корпоративном учебном центре холдинга.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте ситуацию. Определите классификацию конфликта, выявите его причин. Обоснуйте возможные варианты урегулирования конфликта и его последствия. Представьте, что Вы руководитель и Вам необходимо разработать проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ. Каковы будут Ваши дальнейшие действия?

Менеджер по продажам с окладом в 20 тыс. рублей считает, что для повышения его личного и профессионального статуса ему нужен престижный автомобиль. Он берет кредит и вскоре выясняет, что не справляется с платежами. Он обращается к вышестоящему руководителю с просьбой повышения заработной платы, но ему отказывают в этом, ссылаясь на нехватку материальных ресурсов в организации.

Письменный опрос

Вопрос 1	Какие факторы влияют на естественное движение населения?
Вопрос 2	Охарактеризуйте разновидности трудоспособности.
Вопрос 3	Какими особенностями характеризуется современный этап воспроизводства населения?
Вопрос 4	Что представляет собой демография?
Вопрос 5	Каковы основные проблемы человеческого капитала в современной российской экономике?

БИЛЕТ 5

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

Ситуационное задание № 1

Прочитайте текст и проанализируйте его. Определите способы взаимодействия сотрудников компании. Выявите распределение функциональных обязанностей. Представьте, что Вы являетесь контент - менеджером. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента. Обоснуйте свой ответ, подкрепив теоретическими и практическими положениями дисциплины.

Джон Смит является директором филиала многонациональной фармацевтической компании. Филиал был образован на базе местного завода, приобретенного компанией. Один из приоритетов Джона – создание системы управления персоналом. Его компания известна в мире как один из лидеров в области применения новых методов управления человеческими ресурсами психологического тестирования, платы за знания. Работая в течение двух недель с восьми утра до девяти вечера, Джон Смит пытался изучить систему управления персоналом, существующую на заводе. Оказалось, что завод практически имел формальные (закрепленные в процедурах) методы управления человеческими ресурсами, а те немногие, что существовали, кардинально отличались от представлений Смита о современном управлении персоналом. Джон выяснил, что подбор новых сотрудников осуществлялся исключительно через знакомых, на заводе не имели представления о планировании карьеры, аттестации, подготовке резерва руководителей. Профессиональное обучение не планировалось, а организовывалось по мере необходимости руководителями подразделений. Заводские рабочие получают сдельную заработную плату, а сотрудники администрации должностные оклады и ежемесячные премии, составляющие до 40 % оклада. Фактический размер премии определяется директором завода и для 95 % сотрудников составляет 40 % оклада. Индексация заработной платы производится по решению директора в тот момент, когда, по его словам, «ждать больше нельзя». Во время бесед с руководителями завода, терпящего значительные убытки, Джон попытался поднять тему изменений в 26 области управления персоналом, однако поддержки не получил. Его собеседники предпочитали обсуждать передачу технологии, предлагая «оставить все как есть до лучших времен» в области управления персоналом, выдвигая в качестве основного аргумента «особые местные условия».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте ситуацию. Определите классификацию конфликта, выявите его причин. Обоснуйте возможные варианты урегулирования конфликта и его последствия. Представьте, что Вы руководитель и Вам необходимо разработать проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ. Каковы будут Ваши дальнейшие действия?

В сетевом магазине на вакантные места сотрудников присылает менеджер-УП всей сети. Управляющий магазином считает, что ему присылают неподходящих людей, из-за чего многие штатные единицы подолгу вакантны. В результате конфликта после переаттестации менеджер-УП попытался не принять на новый срок управляющего, а тот, в свою очередь, подал жалобу Гендиректору

Письменный опрос

Вопрос 1	Охарактеризуйте школу научной организации труда в России.
Вопрос 2	Посредством каких органов международная организация труда осуществляет свою деятельность?
Вопрос 3	Что представляет собой компетенция?
Вопрос 4	Что включает в себя область профессиональной деятельности?
Вопрос 5	Какие факторы влияют на размещение населения?

8. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы и (или) иных информационных источников для самостоятельной подготовки обучающихся к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Управление человеческими ресурсами : учебник для вузов / И. А. Максимцев [и др.] ; под редакцией И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Горелов, Н. А. Управление человеческими ресурсами: современный подход : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Мельников ; под редакцией Н. А. Горелова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Консультирование и коучинг персонала в организации : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. В. Антонова [и др.] ; под редакцией Н. В. Антоновой, Н. Л. Ивановой. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Одегов, Ю. Г. Аутсорсинг в управлении персоналом : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Ю. Г. Одегов, Ю. В. Долженкова, С. В. Малинин. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Управление человеческими ресурсами в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. А. Барков [и др.] ; ответственный редактор С. А. Барков, В. И. Зубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

Периодические издания

Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. : Научный журнал. – Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Издательский Дом)

Право и цифровая экономика. – Москва : ФГБОУ ВПО "Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)"

Иные электронные образовательные ресурсы

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Рукопт» (Электронная библиотечная система «Рукопт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт») <https://rucont.ru/> или <https://lib.rucont.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

Электронные информационные ресурсы

Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) (http://www.unece.org/stats/stats_h.html)

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)

Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)

Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)

Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)

Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)

Всемирная торговая организация (World Trade Organization) (https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm)

Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

Состав международных реферативных баз данных научных изданий

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)

PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)

OMICs International (<https://www.omicsonline.org/>)

Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)

Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)

OAPEN (<https://www.oapen.org/>)

Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)

Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)

Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)

ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)

Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

Состав информационных справочных систем

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)

Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)

Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)

Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)

Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)

Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)

Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)

Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rosпотребнадзор.ru/documents/documents.php>)

Состав информационных справочных правовых систем

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>)

Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>)

Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>)

Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>)

Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>)

Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>)

Правительство России (<http://government.ru/>)

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)

Банк России (<https://www.cbr.ru/>)

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)

ТАСС (<https://tass.ru/>)

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)

Forbes (<https://www.forbes.ru/>)

ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)

Известия (<https://iz.ru/>)

РБК (<https://www.rbc.ru/>)

RT (<https://rt.com/>)

Информационные поисковые системы

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)

Google (ссылка: <https://www.google.com/>)

Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)

Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)

Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет БРИКС (ЮниБРИКС)»

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета БРИКС
«15» февраля 2021г.
(Решение № УС 15-02-21/1 от 15.02.2021)

Мотивированное мнение Студенческого совета Университета
БРИКС учтено

«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № СС 15-02-21/1)

Мотивированное мнение Научного студенческого совета

Университета БРИКС учтено
«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № НС 15-02-21/1)



УТВЕРЖДАЮ

Ректор Университета БРИКС
Клевцов Виталий Владимирович
«15» февраля 2021 г.
(Приказ № 15-02-21/1)

Оценочные материалы по дисциплине Современная пресс-служба

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль) программы
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Форма обучения – **заочная**

СОГЛАСОВАНО

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
"КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА "ФИНИУМ"

Заместитель генерального директора по стратегическому
развитию

Соловьева Анастасия Владимировна, кандидат экономических
наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

СОГЛАСОВАНО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ"

Проректор по учебной работе

Гафарова Оксана Владимировна, кандидат экономических наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

Москва
2021

Программу разработал(и):

Клевцова Людмила Аркадьевна, старший преподаватель

кандидат экономических наук Денисов Дмитрий Алексеевич, доцент

1. Область применения оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой совокупность оценочных средств, предназначенных для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике; для оценки сформированности у обучающихся индикаторов достижения компетенций, установленных ОПОП.

Настоящие оценочные материалы предназначены для оценки результатов обучения по дисциплине Современная пресс-служба, для оценки сформированности у обучающихся соответствующих индикаторов достижения компетенций.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы	Индикаторы достижения компетенций
ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)	РПК-1 формирование компетенции ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)	ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ
ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)	РПК-2 формирование компетенции ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)	ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

3. Перечень индикаторов достижения компетенций, соотнесенных с оценочными средствами

Текущий контроль успеваемости или промежуточная аттестация обучающихся	Оценочные средства	Индикатор(ы) достижения компетенций
Текущий контроль успеваемости: Устные опросы (два в календарный модуль)	Вопросы для устных опросов	ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента
Текущий контроль успеваемости: Контрольная работа	Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы); ситуационные задания	ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента
Промежуточная аттестация обучающихся: Зачет	Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся); ситуационные задания	ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

4. Характеристика оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля успеваемости обучающихся используются устные опросы и контрольная работа.

Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижения компетенций, обладает большими возможностями воспитательного воздействия педагогического работника.

Устный опрос проводится во время занятий семинарского типа. Устный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы устного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Устные опросы организованы так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Перечень вопросов для устного опроса доводится до сведения студентов.

Контрольная работа

Контрольная работа дает возможность:

- сформировать для всех обучающихся одинаковые условия,
- объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя,
- проверить обоснованность оценки.

Цель контрольной работы – закрепление основных положений изучаемой дисциплины и умение использовать их на практике при решении профессиональных задач.

Достижение цели предполагает решение следующих задач:

- дать ответы на теоретические вопросы по курсу;
- выполнить ситуационные задания.

Контрольная работа включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Ситуационное задание

Ситуационное задание позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций.

Выполнение ситуационного задания состоит в определении способа деятельности в той или иной ситуации и(или) выполнения этой деятельности.

Для обеспечения равноценности заданий рекомендуется малое количество вариантов ситуационных заданий для промежуточной аттестации обучающихся, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным. Для проведения текущего контроля успеваемости рекомендуется один вариант ситуационных заданий, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным.

Ситуационное задание представляет собой описание конкретной ситуации, типичной для профессионального вида деятельности и(или) области знаний, соответствующих образовательной программе и осваиваемой дисциплине. Содержание ситуационного задания может включать описание условий деятельности и желаемого результата или конкретного задания (задачи). Ситуационное задание может содержать избыточную информацию или характеризоваться недостатком информации, что необходимо для того, чтобы подготовить обучающегося для успешной жизни в информационном обществе.

Письменный опрос

Письменный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций, освоение содержания дисциплины, умение логически построить ответ, владение письменной речью.

Письменный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы письменного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Перечень вопросов для письменного опроса доводится до сведения студентов.

Письменный опрос применяется как часть контрольной работы для текущего контроля успеваемости обучающихся.

5. Характеристика оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Зачет

Зачет – это форма промежуточной аттестации обучающихся, которая проходит в устной или письменной форме (определяется преподавателем). Задания для проведения зачета выполняются обучающимся самостоятельно. Зачет проводится по билетам, включающим задания для проведения зачета.

Задание для проведения зачета включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Теоретические вопросы для зачета избираются на основе вопросов для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся), определенных в настоящей ОПОП.

За выполнение заданий зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

6. Критерии оценивания (оценки)

Критерии оценивания устного и письменного опросов

Оценка		Критерии оценивания (оценки)
Устный опрос	Письменный опрос	
Зачтено	Отлично (числовое обозначение оценки - «5»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и полно и аргументированно отвечает по содержанию вопросов; обнаруживается понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно.
	Хорошо (числовое обозначение оценки - «4»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
	Удовлетворительно (числовое обозначение оценки - «3»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается знание и понимание основных положений вопросов, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
Не зачтено	Неудовлетворительно (числовое обозначение оценки - «2»)	Оценка ставится, если обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается незнание ответов на вопросы, обучающийся допускает ошибки в формулировке определений и(или) правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания (оценки) ситуационного задания

Оценка	Числовое обозначение оценки	Критерии оценивания (оценки)
Отлично	5	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Объяснение хода его выполнения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с правильным и свободным владением профессиональной терминологией; ответ(ы) на вопрос(ы) задания верный(ые), четкий(ие), непротиворечивые.
Хорошо	4	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Допускаются незначительные неточности. Объяснение хода его выполнения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании. Допускаются единичные ошибки в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания верные, непротиворечивые, но недостаточно четкие.
Удовлетворительно	3	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно правильный(ые). Объяснение хода его выполнения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания недостаточно четкие, с ошибками в деталях, противоречивые.
Неудовлетворительно	2	Обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно неправильные. Объяснение хода её решения дано неполное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования (в т.ч.

		лекционным материалом); ответы на дополнительные вопросы неправильные (отсутствуют).
--	--	---

Критерии оценивания (оценки) контрольной работы

За выполнение контрольной работы выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «Отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Критерии оценивания (оценки) зачета

За выполнение заданий зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» (то есть «отлично», «хорошо» или «удовлетворительно») из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

7. Содержание оценочных средств

Задания для текущего контроля успеваемости

Вопросы для устных опросов

Понятие информации и коммуникации.
Государственная информационная политика.
Информационное взаимодействие как научная и прикладная проблема.
Предпосылки создания пресс-служб правоохранительных органов.
Формирование публичности как основной вид деятельности пресс-службы органа власти.
Правовые основы деятельности СМИ в Российской Федерации.
Правовые основы отношений пресс-службы с общественностью и СМИ.
Профессионально-этические нормы в деятельности специалиста пресс-службы.
Информационные (медиа-) конфликты и порядок их урегулирования.
Понятие и основные положения деятельности общественного объединения.
Порядок участия кандидатов и политических партий в избирательных кампаниях.
Организационно-правовые аспекты создания и деятельности профсоюзных организаций.
Общественные объединения в органах внутренних дел.
Основные формы и методы работы пресс-службы со СМИ.
Коммуникационный процесс и его элементы по линии взаимодействия со СМИ.
Менеджмент новостей.
Технологии взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации.
Общая характеристика работы пресс-службы с общественностью.
PR-мероприятие: методология и технология.
Понятие и классификация социальных кризисов.
Содержание и функции антикризисной PR-деятельности.
Основные стадии практики антикризисной PR-деятельности.
Организационно-правовые основы деятельности пресс-службы в органах внутренних дел.
Реализация принципов открытости и публичности в деятельности органов внутренних дел.
Организация взаимодействия судебных органов со средствами массовой информации.
Принципы деятельности и основные задачи пресс-служб органов военного управления.
Классификация и характеристика особых правовых режимов и вооруженных конфликтов.
Понятие и содержание режима чрезвычайного положения.
Правовой статус журналиста, работающего в условиях вооруженных конфликтов.
Государственные основы противодействия экстремизму.
Информационные технологии в противодействии терроризму и экстремизму.

Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

Назовите значение и требования, предъявляемые к социальной информации.
Перечислите и раскройте содержание основных периодов развития информационных отношений в СССР и Российской Федерации.

Охарактеризуйте основные периоды становления и развития связей со СМИ в России.
Раскройте содержание государственной информационной политики России.
Назовите понятие информационного взаимодействия в правоохранительной сфере.
Изложите историю становления, развития и задачи взаимодействия со СМИ в Министерстве внутренних дел Российской Федерации.
Раскройте специфику деятельности пресс-службы органов местного самоуправления.
Назовите и кратко раскройте основные модели информирования общественности в деятельности пресс-службы.
Приведите классификацию законодательства РФ о средствах массовой информации.
Что такое лоббирование?
Перечислите основные виды рекламы.
Назовите понятие государственной тайны.
Раскройте правила аккредитации журналиста при СМИ.
Назовите этические документы в сфере связей с общественностью.
Назовите способы урегулирования медиаконфликтов.
Назовите понятие общественного объединения и назовите его основные организационно-правовые формы (виды).
Назовите основные права и обязанности общественного объединения.
Раскройте порядок проведения политической избирательной кампании и предвыборной агитации.
Раскройте порядок использования СМИ в период избирательной кампании.
Назовите причины применения связей с общественностью в некоммерческом секторе.
Перечислите основные виды общественных объединений, принципы и правовые основы их деятельности.
Перечислите способы информирования общественности.
Назовите основные этапы мониторинга СМИ.
Раскройте планирование и организацию деятельности пресс-службы.
Охарактеризуйте основные формы взаимодействия пресс-службы со СМИ.
Раскройте процесс управления новостными потоками.
Раскройте специфику формирования собственных информационных потоков.
Раскройте формы и методы работы пресс-службы со СМИ.
Охарактеризуйте медиарилейшнз как вид деятельности.
Перечислите основные виды мероприятий для прессы.
Раскройте цели и порядок проведения мониторинга СМИ о деятельности организации.
Раскройте порядок организации и принципы проведения аккредитации для журналистов.
Назовите понятие термина «журналистский пул».
Назовите и раскройте принципы формирования информационных пакетов. Дайте понятие термина «пресс-кит».
Раскройте порядок организации и проведения пресс-конференции.
Назовите, в чем заключается специфика проведения брифинга.
Назовите основные специальные мероприятия для прессы.
Назовите примеры антикризисных PR-кампаний.
Приведите типичные коммуникационные ошибки предприятий в период развития кризиса.
Раскройте алгоритм управления кризисными ситуациями в коллективе.
Обоснуйте значение фактора времени в коммуникативной антикризисной стратегии предприятия.
Назовите ключевые аудитории организации в период кризиса.
Какова роль общественного мнения для организации в период кризиса?
В чем состоит суть антикризисной программы на основе теории управления проблемами Чейса?
В чем заключается значение SWOT-анализа как фактора предупреждения угроз и рисков предприятия?
Назовите и кратко раскройте основные задачи подразделений информации и общественных связей ОВД, федеральных судов и органов военного управления.
Перечислите основные направления деятельности отделов (отделений, групп) информации и общественных связей ОВД, федеральных судов и органов военного управления.
Определите статус и назовите полномочия отделов (отделений, групп) информации и общественных связей ОВД, федеральных судов и органов военного управления.
Охарактеризуйте основные формы взаимодействия ОВД, федеральных судов и органов военного управления со СМИ.
Назовите и раскройте алгоритм действия сотрудника пресс-службы при получении запроса от редакции СМИ.
Раскройте содержание принципов открытости и публичности в деятельности органов внутренних дел.
Назовите, с какой целью проводятся отчеты должностных лиц территориальных органов МВД России перед законодательными (представительными) органами государственной власти субъектов Российской Федерации, представительными органами муниципальных образований и перед гражданами.
Назовите определение и характеристику вооруженного конфликта немеждународного характера.
Назовите условия для ограничения свободы печати и других СМИ в условиях чрезвычайного положения.
Определите статус журналиста при выполнении профессиональных обязанностей в условиях вооруженного конфликта.
Назовите понятие воспрепятствования профессиональной деятельности журналистов.
Охарактеризуйте работу со СМИ в условиях вооруженного конфликта.

Каковы особенности деятельности пресс-служб правоохранительных органов и органов военного управления в условиях вооруженного конфликта?

Какие признаки правового режима выделяет профессор А. В. Малько?

Назовите определение экстремизма и его истоков.

Каковы причины и условия появления экстремизма?

Назовите и раскройте основные черты экстремизма.

Каково соотношение и взаимосвязь экстремизма, сепаратизма и терроризма?

Раскройте основные формы проявления экстремизма.

Какова роль современной молодежи в жизни общества?

Раскройте основные принципы профилактики экстремизма.

Назовите условия, способствующие профилактической работе в борьбе с экстремизмом в молодежной среде.

Раскройте содержание основных законодательных актов, регламентирующих борьбу с экстремизмом.

На какие субъекты возложена задача борьбы с экстремистскими проявлениями?

Варианты заданий для контрольной работы

Варианты заданий для контрольной работы распределяются между обучающимися педагогическим работником.

Варианты заданий для контрольной работы

ВАРИАНТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте текст. Дайте оценку тексту с точки зрения PR. В чем состоит специфика работы специалиста по взаимодействию со СМИ в организации. Разработайте проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ на пресс-конференции.

В 1995 г. баскетболист Майкл Джордан собственноручно пишет самый короткий релиз в истории спорта: «I'm back». Так спортсмен сообщает о намерении вернуться в баскетбол. Агент НБА Дэвид Фолк с четвертой попытки составил черновик пресс-релиза, объясняющего детали ухода и возвращения Джордана из бейсбола в баскетбол. После того как Майкл прочёл черновик релиза, он решил сделать все сам. «Он просто посчитал, что не было необходимости в объяснениях или оправданиях, – рассказывает Фолк, который собственноручно разослал факс с новым вариантом 28 пресс-релиза информационным агентствам. – Я считал себя довольно неплохим автором, по работе мне приходилось писать очень часто, но он настоял на своём».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Как организована работа пресс-службы в данном примере? Определите теоретические аспекты деятельности пресс-службы. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента для пресс-релиза.

Пресс-служба «с нуля». Объект кейса: Институт «Стрелка» – это негосударственное образовательное учреждение, которое занимается производством знания, новых идей и оптимальных способов их реализации. В аудиториях и студиях «Стрелки» бесплатно учатся молодые архитекторы, дизайнеры, социологи, экономисты и другие профессионалы. Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка» – это образовательное учреждение, цель которого улучшать качество городской среды в России и мире. Желание «Стрелки» развивать регионы – это, отчасти, влияние одного из основателей института, Рема Колхаса, который указал фокус на то, что действительно важно, а что – нет. В России очень красивые территории с большим потенциалом, у нас есть пространство и воздух, и мы должны научиться это ценить. Сейчас может казаться, что слишком урбанизированные территории – это будущее, но тенденции на рынке подсказывают, что на самом деле люди хотят, чтобы архитектура была соразмерна человеку, помогала ему жить, а не наоборот. «Стрелке» как инициатору этого проекта хотелось бы, чтобы жители городов перестали делать отсылку к Москве или Европе, а начали задумываться о себе, гордиться собой и своим городом, развивать именно то, где они находятся здесь и сейчас.

Письменный опрос

Вопрос 1	В чем заключается значение SWOT-анализа как фактора предупреждения угроз и рисков предприятия?
Вопрос 2	Назовите определение экстремизма и его истоков.
Вопрос 3	Перечислите основные виды общественных объединений, принципы и правовые основы их деятельности.
Вопрос 4	Назовите понятие информационного взаимодействия в правоохранительной сфере.
Вопрос 5	Раскройте содержание государственной информационной политики России.

ВАРИАНТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте текст. Дайте оценку тексту с точки зрения PR. В чем состоит специфика работы специалиста по взаимодействию со СМИ в организации. Разработайте проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ на пресс-конференции.

В 1995 г. баскетболист Майкл Джордан собственноручно пишет самый короткий релиз в истории спорта: «I'm back». Так спортсмен сообщает о намерении вернуться в баскетбол. Агент НБА Дэвид Фолк с четвертой попытки составил черновик пресс-релиза, объясняющего детали ухода и возвращения Джордана из бейсбола в баскетбол. После того как Майкл прочёл черновик релиза, он решил сделать все сам. «Он просто посчитал, что не было необходимости в объяснениях или оправданиях, – рассказывает Фолк, который собственноручно разослал факс с новым вариантом 28 пресс-релиза информационным агентствам. – Я считал себя довольно неплохим автором, по работе мне приходилось писать очень часто, но он настоял на своём».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Как организована работа пресс-службы в данном примере? Определите теоретические аспекты деятельности пресс-службы. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента для пресс-релиза.

Пресс-служба «с нуля». Объект кейса: Институт «Стрелка» – это негосударственное образовательное учреждение, которое занимается производством знания, новых идей и оптимальных способов их реализации. В аудиториях и студиях «Стрелки» бесплатно учатся молодые архитекторы, дизайнеры, социологи, экономисты и другие профессионалы. Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка» – это образовательное учреждение, цель которого улучшать качество городской среды в России и мире. Желание «Стрелки» развивать регионы – это, отчасти, влияние одного из основателей института, Рема Колхаса, который указал фокус на то, что действительно важно, а что – нет. В России очень красивые территории с большим потенциалом, у нас есть пространство и воздух, и мы должны научиться это ценить. Сейчас может казаться, что слишком урбанизированные территории – это будущее, но тенденции на рынке подсказывают, что на самом деле люди хотят, чтобы архитектура была соразмерна человеку, помогала ему жить, а не наоборот. «Стрелке» как инициатору этого проекта хотелось бы, чтобы жители городов перестали делать отсылку к Москве или Европе, а начали задумываться о себе, гордиться собой и своим городом, развивать именно то, где они находятся здесь и сейчас.

Письменный опрос

Вопрос 1	Перечислите и раскройте содержание основных периодов развития информационных отношений в СССР и Российской Федерации.
Вопрос 2	Назовите условия, способствующие профилактической работе в борьбе с экстремизмом в молодежной среде.
Вопрос 3	Раскройте специфику формирования собственных информационных потоков.
Вопрос 4	Какие признаки правового режима выделяет профессор А. В. Малько?
Вопрос 5	Раскройте порядок проведения политической избирательной кампании и предвыборной агитации.

ВАРИАНТ 3

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте текст. Дайте оценку тексту с точки зрения PR. В чем состоит специфика работы специалиста по взаимодействию со СМИ в организации. Разработайте проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ на пресс-конференции.

В 1995 г. баскетболист Майкл Джордан собственноручно пишет самый короткий релиз в истории спорта: «I'm back». Так спортсмен сообщает о намерении вернуться в баскетбол. Агент НБА Дэвид Фолк с четвертой попытки составил черновик пресс-релиза, объясняющего детали ухода и возвращения Джордана из бейсбола в баскетбол. После того как Майкл прочёл черновик релиза, он решил сделать все сам. «Он просто посчитал, что не было необходимости в объяснениях или оправданиях, – рассказывает Фолк, который собственноручно разослал факс с новым вариантом 28 пресс-релиза информационным агентствам. – Я считал себя довольно неплохим автором, по работе мне приходилось писать очень часто, но он настоял на своём».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Как организована работа пресс-службы в данном примере? Определите теоретические аспекты деятельности пресс-службы. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента для пресс-релиза.

Пресс-служба «с нуля». Объект кейса: Институт «Стрелка» – это негосударственное образовательное учреждение, которое занимается производством знания, новых идей и оптимальных способов их реализации. В аудиториях и студиях «Стрелки» бесплатно учатся молодые архитекторы, дизайнеры, социологи, экономисты и другие профессионалы. Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка» – это образовательное учреждение, цель которого улучшать качество городской среды в России и мире. Желание «Стрелки» развивать регионы – это, отчасти, влияние одного из основателей института, Рема Колхаса, который указал фокус на то, что действительно важно, а что – нет. В России очень красивые территории с большим потенциалом, у нас есть пространство и воздух, и мы должны научиться это ценить. Сейчас может казаться, что слишком урбанизированные территории – это будущее, но тенденции на рынке подсказывают, что на самом деле люди хотят, чтобы архитектура была соразмерна человеку, помогала ему жить, а не наоборот. «Стрелке» как инициатору этого проекта хотелось бы, чтобы жители городов перестали делать отсылку к Москве или Европе, а начали задумываться о себе, гордиться собой и своим городом, развивать именно то, где они находятся здесь и сейчас.

Письменный опрос

Вопрос 1	Перечислите основные виды рекламы.
Вопрос 2	Назовите этические документы в сфере связей с общественностью.
Вопрос 3	Назовите и кратко раскройте основные модели информирования общественности в деятельности пресс-службы.
Вопрос 4	Перечислите основные направления деятельности отделов (отделений, групп) информации и общественных связей ОВД, федеральных судов и органов военного управления.
Вопрос 5	Назовите причины применения связей с общественностью в некоммерческом секторе.

ВАРИАНТ 4

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте текст. Дайте оценку тексту с точки зрения PR. В чем состоит специфика работы специалиста по взаимодействию со СМИ в организации. Разработайте проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ на пресс-конференции.

В 1995 г. баскетболист Майкл Джордан собственноручно пишет самый короткий релиз в истории спорта: «I'm back». Так спортсмен сообщает о намерении вернуться в баскетбол. Агент НБА Дэвид Фолк с четвертой попытки составил черновик пресс-релиза, объясняющего детали ухода и возвращения Джордана из бейсбола в баскетбол. После того как Майкл прочёл черновик релиза, он решил сделать все сам. «Он просто посчитал, что не было необходимости в объяснениях или оправданиях, – рассказывает Фолк, который собственноручно разослал факс с новым вариантом 28 пресс-релиза информационным агентствам. – Я считал себя довольно неплохим автором, по работе мне приходилось писать очень часто, но он настоял на своём».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Как организована работа пресс-службы в данном примере? Определите теоретические аспекты деятельности пресс-службы. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента для пресс-релиза.

Пресс-служба «с нуля». Объект кейса: Институт «Стрелка» – это негосударственное образовательное учреждение, которое занимается производством знания, новых идей и оптимальных способов их реализации. В аудиториях и студиях «Стрелки» бесплатно учатся молодые архитекторы, дизайнеры, социологи, экономисты и другие профессионалы. Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка» – это образовательное учреждение, цель которого улучшать качество городской среды в России и мире. Желание «Стрелки» развивать регионы – это, отчасти, влияние одного из основателей института, Рема Колхаса, который указал фокус на то, что действительно важно, а что – нет. В России очень красивые территории с большим потенциалом, у нас есть пространство и воздух, и мы должны научиться это ценить. Сейчас может казаться, что слишком урбанизированные территории – это будущее, но тенденции на рынке подсказывают, что на самом деле люди хотят, чтобы архитектура была соразмерна человеку, помогала ему жить, а не наоборот. «Стрелке» как инициатору этого проекта хотелось бы, чтобы жители городов перестали делать отсылку к Москве или Европе, а начали задумываться о себе, гордиться собой и своим городом, развивать именно то, где они находятся здесь и сейчас.

Письменный опрос

Вопрос 1	Приведите типичные коммуникационные ошибки предприятий в период развития кризиса.
Вопрос 2	Назовите и раскройте основные черты экстремизма.
Вопрос 3	Назовите значение и требования, предъявляемые к социальной информации.
Вопрос 4	Перечислите основные виды общественных объединений, принципы и правовые основы их деятельности.
Вопрос 5	Раскройте процесс управления новостными потоками.

ВАРИАНТ 5

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте текст. Дайте оценку тексту с точки зрения PR. В чем состоит специфика работы специалиста по взаимодействию со СМИ в организации. Разработайте проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ на пресс-конференции.

В 1995 г. баскетболист Майкл Джордан собственноручно пишет самый короткий релиз в истории спорта: «I'm back». Так спортсмен сообщает о намерении вернуться в баскетбол. Агент НБА Дэвид Фолк с четвертой попытки составил черновик пресс-релиза, объясняющего детали ухода и возвращения Джордана из бейсбола в баскетбол. После того как Майкл прочёл черновик релиза, он решил сделать все сам. «Он просто посчитал, что не было необходимости в объяснениях или оправданиях, – рассказывает Фолк, который собственноручно разослал факс с новым вариантом 28 пресс-релиза информационным агентствам. – Я считал себя довольно неплохим автором, по работе мне приходилось писать очень часто, но он настоял на своём».

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Как организована работа пресс-службы в данном примере? Определите теоретические аспекты деятельности пресс-службы. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента для пресс-релиза.

Пресс-служба «с нуля». Объект кейса: Институт «Стрелка» – это негосударственное образовательное учреждение, которое занимается производством знания, новых идей и оптимальных способов их реализации. В аудиториях и студиях «Стрелки» бесплатно учатся молодые архитекторы, дизайнеры, социологи, экономисты и другие профессионалы. Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка» – это образовательное учреждение, цель которого улучшать качество городской среды в России и мире. Желание «Стрелки» развивать регионы – это, отчасти, влияние одного из основателей института, Рема Колхаса, который указал фокус на то, что действительно важно, а что – нет. В России очень красивые территории с большим потенциалом, у нас есть пространство и воздух, и мы должны научиться это ценить. Сейчас может казаться, что слишком урбанизированные территории – это будущее, но тенденции на рынке подсказывают, что на самом деле люди хотят, чтобы архитектура была соразмерна человеку, помогала ему жить, а не наоборот. «Стрелке» как инициатору этого проекта хотелось бы, чтобы жители городов перестали делать отсылку к Москве или Европе, а начали задумываться о себе, гордиться собой и своим городом, развивать именно то, где они находятся здесь и сейчас.

Письменный опрос

Вопрос 1	Назовите условия для ограничения свободы печати и других СМИ в условиях чрезвычайного положения.
Вопрос 2	Назовите основные права и обязанности общественного объединения.
Вопрос 3	Назовите понятие общественного объединения и назовите его основные организационно-правовые формы (виды).
Вопрос 4	Раскройте основные принципы профилактики экстремизма.
Вопрос 5	Назовите, в чем заключается специфика проведения брифинга.

Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся)

Назовите значение и требования, предъявляемые к социальной информации.
Перечислите и раскройте содержание основных периодов развития информационных отношений в СССР и Российской Федерации.
Охарактеризуйте основные периоды становления и развития связей со СМИ в России.
Раскройте содержание государственной информационной политики России.
Назовите понятие информационного взаимодействия в правоохранительной сфере.
Изложите историю становления, развития и задачи взаимодействия со СМИ в Министерстве внутренних дел Российской Федерации.
Раскройте специфику деятельности пресс-службы органов местного самоуправления.
Назовите и кратко раскройте основные модели информирования общественности в деятельности пресс-службы.
Приведите классификацию законодательства РФ о средствах массовой информации.
Что такое лоббирование?
Перечислите основные виды рекламы.
Назовите понятие государственной тайны.
Раскройте правила аккредитации журналиста при СМИ.
Назовите этические документы в сфере связей с общественностью.
Назовите способы урегулирования медиаконфликтов.
Назовите понятие общественного объединения и назовите его основные организационно-правовые формы (виды).
Назовите основные права и обязанности общественного объединения.
Раскройте порядок проведения политической избирательной кампании и предвыборной агитации.
Раскройте порядок использования СМИ в период избирательной кампании.
Назовите причины применения связей с общественностью в некоммерческом секторе.
Перечислите основные виды общественных объединений, принципы и правовые основы их деятельности.
Перечислите способы информирования общественности.
Назовите основные этапы мониторинга СМИ.
Раскройте планирование и организацию деятельности пресс-службы.
Охарактеризуйте основные формы взаимодействия пресс-службы со СМИ.
Раскройте процесс управления новостными потоками.
Раскройте специфику формирования собственных информационных потоков.
Раскройте формы и методы работы пресс-службы со СМИ.
Охарактеризуйте медиарилейшнз как вид деятельности.
Перечислите основные виды мероприятий для прессы.
Раскройте цели и порядок проведения мониторинга СМИ о деятельности организации.
Раскройте порядок организации и принципы проведения аккредитации для журналистов.
Назовите понятие термина «журналистский пул».
Назовите и раскройте принципы формирования информационных пакетов. Дайте понятие термина «пресс-кит».
Раскройте порядок организации и проведения пресс-конференции.
Назовите, в чем заключается специфика проведения брифинга.
Назовите основные специальные мероприятия для прессы.
Назовите примеры антикризисных PR - кампаний.
Приведите типичные коммуникационные ошибки предприятий в период развития кризиса.
Раскройте алгоритм управления кризисными ситуациями в коллективе.
Обоснуйте значение фактора времени в коммуникативной антикризисной стратегии предприятия.

Назовите ключевые аудитории организации в период кризиса.
Какова роль общественного мнения для организации в период кризиса?
В чем состоит суть антикризисной программы на основе теории управления проблемами Чейса?
В чем заключается значение SWOT-анализа как фактора предупреждения угроз и рисков предприятия?
Назовите и кратко раскройте основные задачи подразделений информации и общественных связей ОВД, федеральных судов и органов военного управления.
Перечислите основные направления деятельности отделов (отделений, групп) информации и общественных связей ОВД, федеральных судов и органов военного управления.
Определите статус и назовите полномочия отделов (отделений, групп) информации и общественных связей ОВД, федеральных судов и органов военного управления.
Охарактеризуйте основные формы взаимодействия ОВД, федеральных судов и органов военного управления со СМИ.
Назовите и раскройте алгоритм действия сотрудника пресс-службы при получении запроса от редакции СМИ.
Раскройте содержание принципов открытости и публичности в деятельности органов внутренних дел.
Назовите, с какой целью проводятся отчеты должностных лиц территориальных органов МВД России перед законодательными (представительными) органами государственной власти субъектов Российской Федерации, представительными органами муниципальных образований и перед гражданами.
Назовите определение и характеристику вооруженного конфликта немеждународного характера.
Назовите условия для ограничения свободы печати и других СМИ в условиях чрезвычайного положения.
Определите статус журналиста при выполнении профессиональных обязанностей в условиях вооруженного конфликта.
Назовите понятие воспрепятствования профессиональной деятельности журналистов.
Охарактеризуйте работу со СМИ в условиях вооруженного конфликта.
Каковы особенности деятельности пресс-служб правоохранительных органов и органов военного управления в условиях вооруженного конфликта?
Какие признаки правового режима выделяет профессор А. В. Малько?
Назовите определение экстремизма и его истоков.
Каковы причины и условия появления экстремизма?
Назовите и раскройте основные черты экстремизма.
Каково соотношение и взаимосвязь экстремизма, сепаратизма и терроризма?
Раскройте основные формы проявления экстремизма.
Какова роль современной молодежи в жизни общества?
Раскройте основные принципы профилактики экстремизма.
Назовите условия, способствующие профилактической работе в борьбе с экстремизмом в молодежной среде.
Раскройте содержание основных законодательных актов, регламентирующих борьбу с экстремизмом.
На какие субъекты возложена задача борьбы с экстремистскими проявлениями?

Билеты для промежуточной аттестации обучающихся (Зачет)

БИЛЕТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте текст. Дайте оценку тексту с точки зрения PR. В чем состоит специфика работы специалиста по взаимодействию со СМИ в организации. Разработайте проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ на пресс-конференции.

Вы являетесь главой Управления общественных связей и пресс-службы высшего учебного заведения гуманитарного профиля. В ваши должностные обязанности входит самый широкий комплекс вопросов, связанных с блоком связей с общественностью, внутренним и внешним PR, формированием корпоративной культуры и командного духа. ВУЗ, который вы представляете, как руководитель одного из структурных подразделений занимает среднее место в рейтинге учебных заведений. У его руководства появились амбициозные планы повысить престиж ВУЗа в качестве места обучения, расширить его известность среди абитуриентов и их родителей. Одним из важных факторов, является то, что в вашем распоряжении находятся хорошие ресурсы, в том числе и материальные, что позволяет планировать и осуществлять интересные и эффективные проекты. Вам доверена одна из главных ролей в этом процессе. На ваш профессионализм вся надежда! Одним из первых этапов является модернизация интернет-страницы ВУЗа, которая должна стать яркой визитной карточкой учреждения. Помните, что в ресурсах ваша работа не ограничена, поэтому дизайн сайта вы можете заказать у профессиональной организации. -Написать небольшой текст, отвечающий на вопрос: «Почему абитуриент должен поступить именно в ваш вуз?». Материал должен содержать не банальное перечисление достоинств, а быть ориентированным на сильное эмоциональное вовлечение человека в свою орбиту и донесение до него основного сообщения –«Наш вуз не такой, как все!». - Написать предложение ректору вуза по модернизации сайта.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Как организована работа пресс-службы в данном примере? Определите теоретические аспекты деятельности пресс-службы. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента для пресс-релиза.

Новостной повод для пресс-релиза – выпуск слабоалкогольного напитка в новой упаковке. Коктейль обладал малиновым вкусом, поэтому при рассылке пресс-релизов образец продукта решено было положить в корзинку с настоящей малиной, вложив туда же пресс-релиз. Задание: На чем бы вы сделали акцент при создании пресс-релиза на предложенную тему, отправляя его в lifestyle-издания? Что в предложенном событии могло бы заинтересовать бизнес-прессу?

Письменный опрос

Вопрос 1	Какова роль современной молодежи в жизни общества?
Вопрос 2	Раскройте правила аккредитации журналиста при СМИ.
Вопрос 3	Что такое лоббирование?
Вопрос 4	Раскройте цели и порядок проведения мониторинга СМИ о деятельности организации.
Вопрос 5	Назовите способы урегулирования медиаконфликтов.

БИЛЕТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте текст. Дайте оценку тексту с точки зрения PR. В чем состоит специфика работы специалиста по взаимодействию со СМИ в организации. Разработайте проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ на пресс-конференции.

«Почта России» провела пресс-конференцию, на которой журналистам объявили, что 1 октября 2019 г. завершён масштабный процесс реорганизации. Предприятие стало акционерным обществом со стопроцентным участием государства. «Мы рассчитываем, что изменение правовой формы позволит «Почте России» стать более конкурентоспособной и маневренной в принятии стратегических решений. Надеюсь, очень скоро эти перемены заметят и клиенты, и сотрудники компании», - сказал генеральный директор АО «Почта России» Николай Подгузов. В планах - дальнейшее расширение сервисов и повышение качества обслуживания клиентов. «Почта России» планирует развивать розничный формат своей работы - то есть в отдаленных регионах России быть не только почтовым оператором, но и магазином. По словам Николая Подгузова, сейчас розничные уголки есть в 36 тыс. отделений. В них продаются, в частности, консервы, крупы, бытовая химия и пиво. Генеральный директор подчеркнул, что социальная функция — одна из основных в работе почтового оператора. Поэтому компания готова сотрудничать с Минздравом и участвовать в проекте правительства по замене бумажных паспортов на электронные.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Как организована работа пресс-службы в данном примере? Определите теоретические аспекты деятельности пресс-службы. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента для пресс-релиза.

О пресс-службе УМВД доступным языком. Прочитайте пресс-релиз отдела информации и общественных связей УМВД по Воронежской области. Пресс-служба УМВД подвела итоги своей работы за год 13 Января 15:33 Во время подведения итогов отмечено, что полицейские-журналисты продолжают активно взаимодействовать со средствами массовой информации местного и федерального уровней. За 2014 месяцев текущего года пресс-службой УМВД в различных СМИ было размещено 26834 информационных материалов, освещающих работу полиции. Материалы о резонансных событиях, касающиеся деятельности полиции, размещались на официальном сайте Управления МВД России, выходили в новостных программах ЦТ. В рамках совещания были рассмотрены актуальные вопросы, касающиеся новых форм взаимодействия подразделения с представителями общественности, приоритетных направлений информационной политики регионального УМВД. Подводя итоги совещания, руководитель ОИОС Наталья Куликова подчеркнула, что проблемно ориентированный анализ работы пресс-службы позволил определить конкретные задачи на ближайшую перспективу.

Письменный опрос

Вопрос 1	Определите статус и назовите полномочия отделов (отделений, групп) информации и общественных связей ОВД, федеральных судов и органов военного управления.
Вопрос 2	Перечислите основные виды мероприятий для прессы.
Вопрос 3	Охарактеризуйте основные формы взаимодействия ОВД, федеральных судов и органов военного управления со СМИ.
Вопрос 4	Перечислите способы информирования общественности.
Вопрос 5	В чем заключается значение SWOT-анализа как фактора предупреждения угроз и рисков предприятия?

БИЛЕТ 3

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте текст. Дайте оценку тексту с точки зрения PR. В чем состоит специфика работы специалиста по взаимодействию со СМИ в организации. Разработайте проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ на пресс-конференции.

Вы являетесь главой Управления общественных связей и пресс-службы высшего учебного заведения гуманитарного профиля. В ваши должностные обязанности входит самый широкий комплекс вопросов, связанных с блоком связей с общественностью, внутренним и внешним PR, формированием корпоративной культуры и командного духа. ВУЗ, который вы представляете, как руководитель одного из структурных подразделений занимает среднее место в рейтинге учебных заведений. У его руководства появились амбициозные планы повысить престиж ВУЗа в качестве места обучения, расширить его известность среди абитуриентов и их родителей. Одним из важных факторов, является то, что в вашем распоряжении находятся хорошие ресурсы, в том числе и материальные, что позволяет планировать и осуществлять интересные и эффективные проекты. Вам доверена одна из главных ролей в этом процессе. На ваш профессионализм вся надежда! Одним из первых этапов является модернизация интернет-страницы ВУЗа, которая должна стать яркой визитной карточкой учреждения. Помните, что в ресурсах ваша работа не ограничена, поэтому дизайн сайта вы можете заказать у профессиональной организации. -Написать небольшой текст, отвечающий на вопрос: «Почему абитуриент должен поступить именно в ваш вуз?». Материал должен содержать не банальное перечисление достоинств, а быть ориентированным на сильное эмоциональное вовлечение человека в свою орбиту и донесение до него основного меседжа –«Наш вуз не такой, как все!». - Написать предложение ректору вуза по модернизации сайта.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Как организована работа пресс-службы в данном примере? Определите теоретические аспекты деятельности пресс-службы. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента для пресс-релиза.

Новостной повод для пресс-релиза – выпуск слабоалкогольного напитка в новой упаковке. Коктейль обладал малиновым вкусом, поэтому при рассылке пресс-релизов образец продукта решено было положить в корзинку с настоящей малиной, вложив туда же пресс-релиз. Задание: На чем бы вы сделали акцент при создании пресс-релиза на предложенную тему, отправляя его в lifestyle-издания? Что в предложенном событии могло бы заинтересовать бизнес-прессу?

Письменный опрос

Вопрос 1	Охарактеризуйте основные периоды становления и развития связей со СМИ в России.
Вопрос 2	Назовите определение экстремизма и его истоков.
Вопрос 3	Какова роль общественного мнения для организации в период кризиса?
Вопрос 4	Охарактеризуйте основные формы взаимодействия пресс-службы со СМИ.
Вопрос 5	Назовите определение и характеристику вооруженного конфликта немеждународного характера.

БИЛЕТ 4

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте текст. Дайте оценку тексту с точки зрения PR. В чем состоит специфика работы специалиста по взаимодействию со СМИ в организации. Разработайте проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ на пресс-конференции.

«Почта России» провела пресс-конференцию, на которой журналистам объявили, что 1 октября 2019 г. завершён масштабный процесс реорганизации. Предприятие стало акционерным обществом со стопроцентным участием государства. «Мы рассчитываем, что изменение правовой формы позволит «Почте России» стать более конкурентоспособной и маневренной в принятии стратегических решений. Надеюсь, очень скоро эти перемены заметят и клиенты, и сотрудники компании», - сказал генеральный директор АО «Почта России» Николай Подгузов. В планах - дальнейшее расширение сервисов и повышение качества обслуживания клиентов. «Почта России» планирует развивать розничный формат своей работы - то есть в отдаленных регионах России быть не только почтовым оператором, но и магазином. По словам Николая Подгузова, сейчас розничные уголки есть в 36 тыс. отделений. В них продаются, в частности, консервы, крупы, бытовая химия и пиво. Генеральный директор подчеркнул, что социальная функция — одна из основных в работе почтового оператора. Поэтому компания готова сотрудничать с Минздравом и участвовать в проекте правительства по замене бумажных паспортов на электронные.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Как организована работа пресс-службы в данном примере? Определите теоретические аспекты деятельности пресс-службы. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента для пресс-релиза.

О пресс-службе УМВД доступным языком. Прочитайте пресс-релиз отдела информации и общественных связей УМВД по Воронежской области. Пресс-служба УМВД подвела итоги своей работы за год 13 Января 15:33 Во время подведения итогов отмечено, что полицейские-журналисты продолжают активно взаимодействовать со средствами массовой информации местного и федерального уровней. За 2014 месяцев текущего года пресс-службой УМВД в различных СМИ было размещено 26834 информационных материалов, освещающих работу полиции. Материалы о резонансных событиях, касающиеся деятельности полиции, размещались на официальном сайте Управления МВД России, выходили в новостных программах ЦТ. В рамках совещания были рассмотрены актуальные вопросы, касающиеся новых форм взаимодействия подразделения с представителями общественности, приоритетных направлений информационной политики регионального УМВД. Подводя итоги совещания, руководитель ОИОС Наталья Куликова подчеркнула, что проблемно ориентированный анализ работы пресс-службы позволил определить конкретные задачи на ближайшую перспективу.

Письменный опрос

Вопрос 1	Назовите и кратко раскройте основные задачи подразделений информации и общественных связей ОВД, федеральных судов и органов военного управления.
Вопрос 2	Назовите понятие информационного взаимодействия в правоохранительной сфере.
Вопрос 3	Охарактеризуйте работу со СМИ в условиях вооруженного конфликта.
Вопрос 4	В чем состоит суть антикризисной программы на основе теории управления проблемами Чейса?
Вопрос 5	Раскройте формы и методы работы пресс-службы со СМИ.

БИЛЕТ 5

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

ПК-2 Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами в части управления информацией из различных источников и организации работ по созданию и редактированию контента (ОТФ «Управление (менеджмент) информационными ресурсами» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

ПК-2.1 Выбирает методы распределения работы по созданию и редактированию контента

Ситуационное задание № 1

Прочитайте и проанализируйте текст. Дайте оценку тексту с точки зрения PR. В чем состоит специфика работы специалиста по взаимодействию со СМИ в организации. Разработайте проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ на пресс-конференции.

Вы являетесь главой Управления общественных связей и пресс-службы высшего учебного заведения гуманитарного профиля. В ваши должностные обязанности входит самый широкий комплекс вопросов, связанных с блоком связей с общественностью, внутренним и внешним PR, формированием корпоративной культуры и командного духа. ВУЗ, который вы представляете, как руководитель одного из структурных подразделений занимает среднее место в рейтинге учебных заведений. У его руководства появились амбициозные планы повысить престиж ВУЗа в качестве места обучения, расширить его известность среди абитуриентов и их родителей. Одним из важных факторов, является то, что в вашем распоряжении находятся хорошие ресурсы, в том числе и материальные, что позволяет планировать и осуществлять интересные и эффективные проекты. Вам доверена одна из главных ролей в этом процессе. На ваш профессионализм вся надежда! Одним из первых этапов является модернизация интернет-страницы ВУЗа, которая должна стать яркой визитной карточкой учреждения. Помните, что в ресурсах ваша работа не ограничена, поэтому дизайн сайта вы можете заказать у профессиональной организации. -Написать небольшой текст, отвечающий на вопрос: «Почему абитуриент должен поступить именно в ваш вуз?». Материал должен содержать не банальное перечисление достоинств, а быть ориентированным на сильное эмоциональное вовлечение человека в свою орбиту и донесение до него основного меседжа –«Наш вуз не такой, как все!». - Написать предложение ректору вуза по модернизации сайта.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите и проанализируйте представленную ситуацию. Как организована работа пресс-службы в данном примере? Определите теоретические аспекты деятельности пресс-службы. Выберите методы распределения работы по созданию и редактированию контента для пресс-релиза.

Новостной повод для пресс-релиза – выпуск слабоалкогольного напитка в новой упаковке. Коктейль обладал малиновым вкусом, поэтому при рассылке пресс-релизов образец продукта решено было положить в корзинку с настоящей малиной, вложив туда же пресс-релиз. Задание: На чем бы вы сделали акцент при создании пресс-релиза на предложенную тему, отправляя его в lifestyle-издания? Что в предложенном событии могло бы заинтересовать бизнес-прессу?

Письменный опрос

Вопрос 1	Обоснуйте значение фактора времени в коммуникативной антикризисной стратегии предприятия.
Вопрос 2	Раскройте порядок использования СМИ в период избирательной кампании.
Вопрос 3	Назовите понятие воспрепятствования профессиональной деятельности журналистов.
Вопрос 4	Назовите и раскройте принципы формирования информационных пакетов. Дайте понятие термина «пресс-кит».
Вопрос 5	Каковы особенности деятельности пресс-служб правоохранительных органов и органов военного управления в условиях вооруженного конфликта?

8. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы и (или) иных информационных источников для самостоятельной подготовки обучающихся к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020

Дополнительная учебная литература:

1. Колесниченко, А. В. Основы журналистской деятельности : учебное пособие для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Свитич, Л. Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Шостак, М. И. Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. И. Шостак. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Периодические издания

Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. : Научный журнал. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Издательский Дом)

Право и цифровая экономика. — Москва : ФГБОУ ВПО "Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)"

Иные электронные образовательные ресурсы

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Рукопт» (Электронная библиотечная система «Рукопт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт») <https://rucont.ru/> или <https://lib.rucont.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

Электронные информационные ресурсы

Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) (http://www.unece.org/stats/stats_h.html)

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)
Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)
Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)
Организация Объединённых Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)
Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)
Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)
Всемирная торговая организация (World Trade Organization) (https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm)
Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)
Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)
Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)
Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

Состав международных реферативных баз данных научных изданий

Science Alert (<https://scialert.net/>)
AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)
Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)
PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)
OMICs International (<https://www.omicsonline.org/>)
Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)
Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)
OAPEN (<https://www.oapen.org/>)
Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)
Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)
Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)
ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)
Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

Состав информационных справочных систем

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)
Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)
Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)
Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)
Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)
Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)
Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)
Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)
Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>)

Состав информационных справочных правовых систем

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>)
Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>)
Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>)
Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>)
Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>)

Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>)
Правительство России (<http://government.ru/>)
Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)
Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)
Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)
Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)
Банк России (<https://www.cbr.ru/>)
Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)

ТАСС (<https://tass.ru/>)

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)

Forbes (<https://www.forbes.ru/>)

ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)

Известия (<https://iz.ru/>)

РБК (<https://www.rbc.ru/>)

RT (<https://rt.com/>)

Информационные поисковые системы

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)

Google (ссылка: <https://www.google.com/>)

Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)

Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)

Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет БРИКС (ЮниБРИКС)»

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета БРИКС
«15» февраля 2021г.
(Решение № УС 15-02-21/1 от 15.02.2021)

Мотивированное мнение Студенческого совета Университета
БРИКС учтено
«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № СС 15-02-21/1)

Мотивированное мнение Научного студенческого совета
Университета БРИКС учтено
«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № НС 15-02-21/1)



УТВЕРЖДАЮ

Ректор Университета БРИКС
Клевцов Виталий Владимирович
«15» февраля 2021 г.
(Приказ № 15-02-21/1)

Оценочные материалы по дисциплине Имиджмейкинг

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль) программы
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Форма обучения – **заочная**

СОГЛАСОВАНО

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
"КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА "ФИНИУМ"

Заместитель генерального директора по стратегическому
развитию

Соловьева Анастасия Владимировна, кандидат экономических
наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

СОГЛАСОВАНО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ"

Проректор по учебной работе

Гафарова Оксана Владимировна, кандидат экономических наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

Москва
2021

Программу разработал(и):
кандидат экономических наук Денисов Дмитрий Алексеевич, доцент

1. Область применения оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой совокупность оценочных средств, предназначенных для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике; для оценки сформированности у обучающихся индикаторов достижения компетенций, установленных ОПОП.

Настоящие оценочные материалы предназначены для оценки результатов обучения по дисциплине Имиджмейкинг, для оценки сформированности у обучающихся соответствующих индикаторов достижения компетенций.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы	Индикаторы достижения компетенций
ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)	РПК-1 формирование компетенции ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)	ПК-1.4 Интегрирует различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)	РПК-1 формирование компетенции ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)	ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

3. Перечень индикаторов достижения компетенций, соотнесенных с оценочными средствами

Текущий контроль успеваемости или промежуточная аттестация обучающихся	Оценочные средства	Индикатор(ы) достижения компетенций
Текущий контроль успеваемости: Устные опросы (два в календарный модуль)	Вопросы для устных опросов	ПК-1.4 Интегрирует различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ
Текущий контроль успеваемости: Контрольная работа	Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы); ситуационные задания	ПК-1.4 Интегрирует различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ
Промежуточная аттестация обучающихся: Дифференцированный зачет	Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся); ситуационные задания	ПК-1.4 Интегрирует различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

4. Характеристика оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля успеваемости обучающихся используются устные опросы и контрольная работа.

Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижения компетенций, обладает большими возможностями воспитательного воздействия педагогического работника.

Устный опрос проводится во время занятий семинарского типа. Устный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы устного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Устные опросы организованы так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Перечень вопросов для устного опроса доводится до сведения студентов.

Контрольная работа

Контрольная работа дает возможность:

- сформировать для всех обучающихся одинаковые условия,
- объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя,
- проверить обоснованность оценки.

Цель контрольной работы – закрепление основных положений изучаемой дисциплины и умение использовать их на практике при решении профессиональных задач.

Достижение цели предполагает решение следующих задач:

- дать ответы на теоретические вопросы по курсу;
- выполнить ситуационные задания.

Контрольная работа включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Ситуационное задание

Ситуационное задание позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций.

Выполнение ситуационного задания состоит в определении способа деятельности в той или иной ситуации и(или) выполнения этой деятельности.

Для обеспечения равноценности заданий рекомендуется малое количество вариантов ситуационных заданий для промежуточной аттестации обучающихся, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным. Для проведения текущего контроля успеваемости рекомендуется один вариант ситуационных заданий, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным.

Ситуационное задание представляет собой описание конкретной ситуации, типичной для профессионального вида деятельности и(или) области знаний, соответствующих образовательной программе и осваиваемой дисциплине. Содержание ситуационного задания может включать описание условий деятельности и желаемого результата или конкретного задания (задачи). Ситуационное задание может содержать избыточную информацию или характеризоваться недостатком информации, что необходимо для того, чтобы подготовить обучающегося для успешной жизни в информационном обществе.

Письменный опрос

Письменный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций, освоение содержания дисциплины, умение логически построить ответ, владение письменной речью.

Письменный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы письменного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Перечень вопросов для письменного опроса доводится до сведения студентов.

Письменный опрос применяется как часть контрольной работы для текущего контроля успеваемости обучающихся.

5. Характеристика оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Дифференцированный зачет

Дифференцированный зачет (или зачет с оценкой) – это форма промежуточной аттестации обучающихся, которая проходит в устной или письменной форме (определяется преподавателем). Задания для проведения дифференцированного зачета выполняются обучающимся самостоятельно. Дифференцированный зачет проводится по билетам, включающим задания для проведения зачета.

Задание для проведения дифференцированного зачета включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Теоретические вопросы для дифференцированного зачета избираются на основе вопросов для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся), определенных в настоящей ОПОП.

За выполнение заданий дифференцированного зачета выставляется оценка по пятибалльной системе оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

6. Критерии оценивания (оценки)

Критерии оценивания устного и письменного опросов

Оценка		Критерии оценивания (оценки)
Устный опрос	Письменный опрос	
Зачтено	Отлично (числовое обозначение оценки - «5»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и полно и аргументированно отвечает по содержанию вопросов; обнаруживается понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно.
	Хорошо (числовое обозначение оценки - «4»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
	Удовлетворительно (числовое обозначение оценки - «3»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается знание и понимание основных положений вопросов, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
Не зачтено	Неудовлетворительно (числовое обозначение оценки - «2»)	Оценка ставится, если обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается незнание ответов на вопросы, обучающийся допускает ошибки в формулировке определений и(или) правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания (оценки) ситуационного задания

Оценка	Числовое обозначение оценки	Критерии оценивания (оценки)
Отлично	5	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Объяснение хода его выполнения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с правильным и свободным владением профессиональной терминологией; ответ(ы) на вопрос(ы) задания верный(ые), четкий(ие), непротиворечивые.
Хорошо	4	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Допускаются незначительные неточности. Объяснение хода его выполнения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании. Допускаются единичные ошибки в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания верные, непротиворечивые, но недостаточно четкие.
Удовлетворительно	3	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно правильный(ые). Объяснение хода его выполнения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания недостаточно четкие, с ошибками в деталях, противоречивые.
Неудовлетворительно	2	Обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно неправильные. Объяснение хода её решения дано неполное, непоследовательное, с

		грубыми ошибками, без теоретического обоснования (в т.ч. лекционным материалом); ответы на дополнительные вопросы неправильные (отсутствуют).
--	--	---

Критерии оценивания (оценки) контрольной работы

За выполнение контрольной работы выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «Отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Критерии оценивания (оценки) дифференцированного зачета

За выполнение заданий дифференцированного зачета оценка выставляется по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). За выполнение заданий дифференцированного зачета выставляется средняя оценка (среднее арифметическое с округлением в пользу студента) за выполнение трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

7. Содержание оценочных средств

Задания для текущего контроля успеваемости

Вопросы для устных опросов

Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России и за рубежом.
Паблицити как ранняя форма имиджа.
Имиджологическая компетентность как важный фактор профессионализма специалиста-коммуникатора.
Терминосистема проблемы формирования имиджевой культуры специалиста-коммуникатора.
Понятие корпоративного имиджа и репутации.
Структурные модели и этапы формирования корпоративного имиджа.
Имидж бренда: понятие и детерминанты.
Эмоциональный брендинг и имидж.
Тизер в продвижении имиджа.
Понятие персонального имиджа.
Структурные модели имиджа персоны.
Алгоритм формирования личного имиджа.
Технологии управления персональным имиджем.
Имидж как результат самопрезентации личности.
Понятие профессионального имиджа.
Эффективный самомаркетинг и самобрендинг.
Имидж-мониторинг в профессиональной подготовке.
Имидж-кейс в моделировании имиджа.
Консалтинг в деловой коммуникации.
Имидж-консалтинг: понятие, алгоритм, особенности.
Спиндокторинг.
Причины деструкции имиджа.
Технологии сохранения и защиты имиджа и репутации.
Фотография как средство управления имиджем.

Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

Что представляет собой имидж в структуре мира? Охарактеризуйте понятие и сущность имиджа.
Какова история возникновения и развития имиджа в России и за рубежом?
Приведите примеры управления имиджем в современном мире.
Что представляет собой имиджологическая компетентность?
Охарактеризуйте имиджологию как теорию естественных иерархий.
Сравните понятия «паблицити» и «имидж».
Что представляет собой имидж-стандарт специалиста РиСО?
Охарактеризуйте имиджологию как дисциплину человековедческого жанра.

Каковы понятие, значение и необходимость в имиджмейкинге и имиджменеджменте в системе стратегических коммуникаций?

Что значит имиджевая культура для специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью?

Как вы считаете, имидж — это манипулирование общественным мнением? Обоснуйте свой ответ.

Как соотносятся понятия «имидж», «бренд» и «репутация»? Имеют ли они радикальные различия?

Назовите составляющие компоненты имиджа, бренда и репутации.

Приведите примеры удачной работы над созданием бренда, репутации в зарубежных, отечественных и региональных компаниях.

Что включает в себя программа формирования внешнего имиджа фирмы?

Что такое «неосязаемый имидж»?

Охарактеризуйте следующие понятия: философия, идеология фирмы, миссия, стратегия, цель, принципы, концепция фирмы, деловое кредо, стандарты, декларация фирмы.

Что представляют собой Инновационные технологии управления имиджем?

Что такое «образ Я» для других?

Всегда ли создание имиджа подчинено цели повышения самооценки?

Охарактеризуйте компоненты персонального имиджа с различных точек зрения.

Отсутствие красивой внешности может служить преградой к успеху?

Каково значение самопрезентации в современном мире?

Охарактеризуйте требования к самопрезентации.

Охарактеризуйте стратегии и технологии управления персональным имиджем.

Что представляет собой результат имиджирования и оценка результата?

Каковы этапы создания личностного имиджа?

Каковы компоненты целостного имиджа персоны?

Охарактеризуйте понятие и особенности профессионального имиджа.

Каково значение имиджа в современном мире и необходимость его формирования?

Охарактеризуйте алгоритм построения профессионального имиджа.

Какой имидж важнее — личный или профессиональный?

Что понимается под саморазвитием?

Охарактеризуйте структуру целостного имиджа специалиста в сфере коммуникаций.

Что представляют собой понятие и методы самомаркетинга и самобрендинга?

Как провести убедительную позитивную презентацию?

Какими методами можно влиять на поведение целевой аудитории?

Определите ключевые факторы успеха позиционирования?

Назовите основы успешной профессиональной презентации.

Какова специфика работы имидж-консультанта?

Охарактеризуйте этапы консалтинговой работы.

Каковы причины разрушения личного и профессионального имиджа?

Охарактеризуйте технологии сохранения и защиты имиджа. Приведите примеры.

Как провести коррекцию имиджформирующей информации?

Как провести антикризисную имиджевую коррекцию?

Что означает понятие «спиндоктор»?

Назовите наиболее распространенные приемы «спина» (примеры).

Каковы требования к имиджевой фотографии? Приведите примеры базовой фотографии.

Варианты заданий для контрольной работы

Варианты заданий для контрольной работы распределяются между обучающимися педагогическим работником.

Варианты заданий для контрольной работы

ВАРИАНТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Способен организовывать продвижение продукции СМИ в части разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ (ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.3 Разрабатывает проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ

ПК-1.4 Интегрирует различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций

Ситуационное задание № 1

Рассмотрите представленную ситуацию и определите вербальные и невербальные средства создания личностного и профессионального имиджа были применены. Предоставьте себя в роли имиджмейкера и разработайте проект управленческих решений по продвижению продукции СМИ. При недостаточности информации укажите это и смоделируйте дополнительные условия.

В дебатах между Никсоном и Кеннеди (1960 г.), по мнению большинства, Никсон проиграл сами дебаты, следовательно, и совсем близкие выборы по следующим причинам: из-за его внешнего вида (характерные позы), из-за манеры его поведения (глаза, нервная испарина на лбу), из-за звучания его голоса (нервного) и т.д. Как отмечали специалисты, телевизионная камера безжалостно фиксировала все его недостатки. Эксперты сообщали также, что у Кеннеди были весьма квалифицированные специалисты, которые помогли создать более выгодный имидж. Во время дебатов радиослушатели отдали предпочтение Никсону, а телезрители заметили существенные недостатки – голос, внешность, манеры и это помешало им сосредоточиться на содержании выступления. В результате телезрители отдали предпочтение Кеннеди.

Ситуационное задание № 2

Рассмотрите представленную ситуацию и определите портрет целевой аудитории. Разработайте оценку эффективности управления имиджем компании, построение отношений с клиентом и культуру организации делового общения. Объясните как интегрируются различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций. Ответ обоснуйте, подтверждая его научными положениями дисциплины.

Типография «А Принт» была основана в 2004 году. Тогда в Пермь прибыла одна из первых в городе цифровых печатных машин серьезного уровня, и прибыла она именно в нашу типографию! Зимой 2007 года мы приобрели еще более мощную («продвинутую») машину Xerox DC 7000, которая позволила улучшить качество производимой продукции и увеличить скорость печати. Слово сочетание «оперативная полиграфия» – не просто красивые слова, это норма нашей работы, наше кредо. Сегодня штат типографии насчитывает 15 человек: менеджеры, дизайнеры, печатники, администрация. Каждый сотрудник обладает необходимой квалификацией, чтобы выполнять поставленные задачи качественно и в срок, обозначенный заказчиком.

Типография «А Принт» предлагает вам полный набор услуг по изготовлению качественной полиграфии, печатной и послепечатной обработке:

- Цифровая печать;
- Оперативная печать;
- Печать на ризографе;
- Офсетная печать;
- Широкоформатная печать;
- Шелкография и сувенирная печать;
- Плоттерная резка;
- Дизайн полиграфической продукции;
- Переплетные работы;
- Постпечатная обработка и прочие виды услуг.

Письменный опрос

Вопрос 1	Как провести убедительную позитивную презентацию?
Вопрос 2	Охарактеризуйте алгоритм построения профессионального имиджа.

Вопрос 3	Какова история возникновения и развития имиджа в России и за рубежом?
Вопрос 4	Что такое «неосязаемый имидж»?
Вопрос 5	Каково значение самопрезентации в современном мире?