

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Центр корпоративного развития

УТВЕРЖДЕНО

Директор Центра
корпоративного развития

« ____ » _____ 201__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

«PR внутри организации»

Наименование программы Связи с общественностью

Программу разработал: Котельников Андрей Вячеславович

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины (модуля): освоение основных направлений PR-деятельности, PR-методов, рекламных технологий и способов психологического воздействия, направленных на сотрудников компании.

Основными задачами изучения дисциплины (модуля) являются:

- Изучение PR-деятельности в организации;
- Ознакомление эффективными коммуникациями в организации;
- Рассмотрение специфики PR в различных организациях;
- Изучение взаимосвязи корпоративной культуры и PR-деятельности;
- Формирование знаний, умений в сфере деятельности по связям с общественностью внутри организации.

Требования к результатам освоения дисциплины (модуля), включая перечень осваиваемых профессиональных компетенций:

Изучение дисциплины PR внутри организации в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общекультурные компетенции (ОК):

ОК-2 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

ОК-2 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать	Уметь	Владеть
	- закономерности формирования социальных структур, социальных общностей, групп, социальных институтов; - меру воздействия социальных структур на социальное поведение личности, формирование ее статусной позиций; - виды и пути развития социальных процессов, изменения в общественной системе в ходе их осуществления; - факторы развития личности в процессе социализации,	- оказывать управляющее воздействие на развитие социальных процессов внутри организации, социальной группы; - использовать социальные нормы в профессиональной и общественной деятельности.	- приемами анализа конкретных социальных ситуаций в профессиональной деятельности; - навыками работы в коллективе; - приемами толкования социальных норм; - приемами анализа культурных различий

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-1 - владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;

ОПК-1	Знать	Уметь	Владеть
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	- виды и типы систему нормативных и правовых документов; - основные категории профессиональной ориентации; - основные принципы регулирования профессиональной деятельности; - основы анализа профессиональной деятельности	- применять научно-теоретический понятийно-категориальный аппарат профессиональной деятельности; - ориентироваться в системе нормативных и правовых документов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности; - использовать нормативные правила в профессиональной и общественной деятельности; - проводить нормативную и правовую квалификацию фактических обстоятельств;	- навыками подготовки нормативных и правовых документов; - приемами толкования нормативно-правовых документов; - приемами анализа использования нормативных и правовых документов в практической деятельности

ОПК-4 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

ОПК-4 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать	Уметь	Владеть
	- виды и типы основные принципы и требования информационной безопасности; - основы решения стандартных задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий; - требования информационной и	- применять научно-теоретический понятийно-категориальный аппарат при решении профессиональных задач; - ориентироваться в системе информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований	- навыками решать стандартные задачи профессиональной деятельности; - приемами информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задачи профессиональной деятельности

	библиографической культуры в профессиональной деятельности	информационной безопасности	
--	--	-----------------------------	--

Профессиональные компетенции (ПК):

Вид деятельности: информационно-аналитическая:

ПК-3 - владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов.

ПК-3 - владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Знать	Уметь	Владеть
	<ul style="list-style-type: none"> - основные методы, способы и средства получения, хранения, обработки и передачи информации; - виды, состав и структуру документов, отражающих систему внутреннего документооборота организации; - методы и методику ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов 	<ul style="list-style-type: none"> - осуществлять выбор информационных средств для их обработки в соответствии с поставленной задачей; - рассчитывать основные показатели, необходимые для реализации организационных проектов 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с компьютером как средством управления информацией; - инструментальными средствами обработки и анализа экономических данных; - навыками анализа информации, используемой в процессе управления, планирования и прогнозирования, реализации организационных проектов

2. Содержание дисциплины (модуля)

Наименование раздела (дисциплины, модуля)	Содержание обучения	Объем часов	Планируемые результаты обучения (код компетенции)
Тема 1. Сущность PR-деятельности в организации.	<p>Лекция</p> <p>Основные вопросы темы: Сущность, содержание и значение PR-деятельности для коммерческих предприятий Цели, задачи и функции PR-деятельности Формирование PR-службы на предприятии: аргументы в пользу</p>	4	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3

	создания, оценка эффективности		
Практические занятия	Формирование PR-службы на предприятии	4	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Иные виды учебных занятий (деловые игры, мастер-классы, тренинги и т.п)	«Не предусмотрены»		ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Самостоятельная работа	- эссе - выполнение практического задания	8	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Тема 2. Корпоративная культура и PR-деятельность.	Лекция Основные вопросы темы: Формирование корпоративной культуры. Создание эффективной системы мотивации сотрудников. Формирование эффективных коммуникаций между ними. Управление конфликтными ситуациями, возникающими в коллективе. Оценка деятельности персонала	2	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Практические занятия	Создание эффективной системы мотивации сотрудников. Формирование эффективных коммуникаций между ними. Управление конфликтными ситуациями, возникающими в коллективе	4	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Иные виды учебных занятий (деловые игры, мастер-классы, тренинги и т.п)	«Не предусмотрены»		ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Самостоятельная работа	- эссе - выполнение практического задания	8	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Тема 3. Эффективные коммуникации в организации.	Лекция Основные вопросы темы: Влияние организационной культуры на успешное функционирование организации Выбор эффективной коммуникации в организации Барьеры, препятствующие эффективной коммуникации	2	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Практические занятия	Выбор эффективной коммуникации в организации	4	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Иные виды учебных занятий	«Не предусмотрены»		ОК-2, ОПК-1,

(деловые игры, мастер-классы, тренинги и т.п)			ОПК-4, ПК-3
Самостоятельная работа	- эссе - выполнение практического задания	8	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Тема 4. Деятельность по связям с общественностью в ситуации нововведений.	Лекция Основные вопросы темы: Роль связей с общественностью в современном обществе Связи с общественностью в инновационном обществе	4	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Практические занятия	Интернет-коммуникация и связи с общественностью в обществе инноваций	4	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Иные виды учебных занятий (деловые игры, мастер-классы, тренинги и т.п)	«Не предусмотрены»		ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Самостоятельная работа	- эссе - выполнение практического задания	8	ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3
Всего		60	

3. Форма аттестации

Форма промежуточной аттестации: экзамен

4.Оценочные материалы дисциплины (модуля)

Вопросы для экзамена

Код контролируемой компетенции: ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3

№ п\п	Содержание вопроса
1	Сущность, содержание и значение PR-деятельности для коммерческих предприятий
2	Цели, задачи и функции PR-деятельности
3	Формирование PR-службы на предприятии: аргументы в пользу создания, оценка эффективности
4	Формирование корпоративной культуры
5	Создание эффективной системы мотивации сотрудников
6	Формирование эффективных коммуникаций между ними
7	Управление конфликтными ситуациями, возникающими в коллективе
8	Оценка деятельности персонала
9	Влияние организационной культуры на успешное функционирование

	организации
10	Выбор эффективной коммуникации в организации
11	Барьеры, препятствующие эффективной коммуникации
12	Роль связей с общественностью в современном обществе
13	Связи с общественностью в инновационном обществе
14	Интернет-коммуникация и связи с общественностью в обществе инноваций

Тесты

Код контролируемой компетенции: ОК-2, ОПК-1, ОПК-4, ПК-3

1. Что является главной целью PR?

1. изменение общественного мнения
2. повышение уровня продаж
3. доведение информации до потребителей
4. повышение рейтинга компании

2. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?

1. Планирование PR кампании.
2. Анализ целевой аудитории
3. Определение PR проблемы
4. Анализ эффективности результатов PR кампании

3. PR-кампания-это:

1. компания PR специалистов
2. комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы
3. комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного мнения
4. заседание совета журналистов

4. Работники бизнес организации являются целевой аудиторией для:

- 1) бизнес PR
- 2) политического PR
- 3) PR силовых структур
- 4) социального PR

5. Что из перечисленного ниже входит в понятие корпоративного имиджа:

- 1) имидж государственного лидера
- 2) имидж государственной политики
- 3) имидж государственной организации
- 4) имидж государственного флага

6. Годовое собрание акционеров является:

- 0) политическим PR
- 1) корпоративным мероприятием компании
- 2) мероприятием по выходу из кризисной ситуации
- 3) социальным PR

7. Пресс-релиз - это?

- 0) Проведение встречи с журналистами
- 1) Подготовка информационного сообщения для прессы
- 2) Формирование материалов для распространения на пресс-конференциях
- 3) Форма рекомендательных писем

8. Как соотносятся между собой названия должностей «PR-менеджер» и «пресс-секретарь»:

- 1) Абсолютно одно и то же. В разных организациях так называется одна и та же должность
- 2) PR-менеджер и пресс-секретарь работают в одной команде, разными методами добиваясь одних целей
- 3) PR-менеджер имеет функции более широкие, чем у пресс-секретаря
- 4) Пресс-секретарь выполняет функции, подчиненные PR-менеджеру

9. Что не составляет целей внутрикорпоративных PR-коммуникаций?

- 1) Предоставление работникам компании информации, необходимой для профессионального выполнения своих функций
- 2) Система поощрений и мотивации трудоспособности работников
- 3) Анализ конкурентной среды, работающей в схожем сегменте бизнеса
- 4) Создание благоприятной рабочей обстановки в коллективе

10. Что такое «корпоративное издание»?

- 1) Издание, издаваемое какой-либо корпорацией с целью получения прибыли
- 2) Издание, издаваемое какой-либо корпорацией с целью продвижения своих услуг и продуктов
- 3) Издание, издаваемое какой-либо корпорацией с целью решения своих коммуникативных задач
- 4) Издание, освещающее жизнь корпораций

Тематика эссе

1. PR-технологии в бизнесе: их роль и значение
2. **Плюсы и минусы приглашенных PR-специалистов, в отличии от собственного PR подразделения в фирме**
3. PR-инструменты в Интернете: преимущества и недостатки
4. Основные направления PR-деятельности в малом бизнесе
5. Основные направления PR-деятельности в корпорациях
6. Интернет-коммуникация и связи с общественностью в обществе инноваций
7. Барьеры, препятствующие эффективной коммуникации

Требования к оформлению эссе

Промежуточная аттестация – может проводится в форме защиты слушателями эссе. Тематика эссе может быть выбрана слушателями самостоятельно в рамках предлагаемых тем.

Объем работы должен быть, как правило, не менее 3 и не более 6 страниц. Работа должна выполняться через одинарный интервал 12 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое - 25 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части реферата или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с "красной" строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки, равным 1 см.

Структура работы - введение, основная часть, заключение, список литературы.

Критерии оценки экзамена:

Оценка	Шкала
Отлично	Слушатель должен: - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала;

	<ul style="list-style-type: none"> - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу.
Хорошо	<p>Слушатель должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Удовлетворительно	<p>Слушатель должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Неудовлетворительно	<p>Слушатель демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Шкала и критерии оценки (промежуточное тестирование)

Число правильных ответов	Оценка	Уровень сформированности компетенции
90-100% правильных ответов	Оценка «отлично»	Повышенный
70-89% правильных ответов	Оценка «хорошо»	Повышенный
51-69% правильных ответов	Оценка «удовлетворительно»	Пороговый
Менее 50% правильных ответов	Оценка «неудовлетворительно»	Компетенция не сформирована

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература: ...

1. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 263 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5631-3.

<https://www.biblio-online.ru/book/7D1B232D-29AF-4F6C-B937-F1E53D6A50ADe.ru/book/3A53890D-0B5A-4BAA-B214-9EEF9B182C8B>

Дополнительная литература:

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для слушателей вузов/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2016.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=57080>.
2. Ободкова Е.А. Имидж профессионала: мастерская успеха. — Москва: Издательство РГСУ 2016 г.— 150 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-7139-1281-9

<http://ibooks.ru/reading.php?productid=351773>

Электронные и Internet-ресурсы: ...

1. <https://www.raso.ru/> - Российская ассоциация по связям с общественностью
2. <http://www.press-service.ru/> - Журнал «Пресс служба»
3. <http://www.branding.ru/> - Портал «Брендинг.Ру»
4. <http://www.media-21vek.ru/> - журнал «MASSMEDIA. XXI век»
5. <http://pr-info.ru/> - Электронное информационное издание «PR-Info. Public Relations в российском контексте»
6. <http://www.pr-news.spb.ru/> - Интернет-сайт газеты «PR-news»
7. <http://www.createbrand.ru/> - Специализированный интернет-портал «Создание бренда»

Разработчик:

Котельников А.В.