

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

УТВЕРЖДАЮ:

ПРОРЕКТОР ПО ЗАОЧНОМУ И
ДОПОЛНИТЕЛЬНОМУ ОБРАЗОВАНИЮ

_____ В.М.КОРНЕВ
« ___ » _____ 20__ г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

**ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

« СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ »

(наименование программы)

Вид профессиональной деятельности Связи с общественностью

Самара 2018 г.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативно-правовые основы разработки программы:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ, статья 195.1.
2. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации".
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 "О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов".
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 марта 2014 г. № 487-р "Об утверждении комплексного плана мероприятий по разработке профессиональных стандартов, их независимой профессионально-общественной экспертизе и применению на 2014 - 2016 годы".
5. Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н "Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов".
6. Приказ Минтруда России от 29 апреля 2013 г. № 170н "Об утверждении методических рекомендаций по разработке профессионального стандарта".
7. Приказ Минобрнауки России от 18 апреля 2013 г. № 292 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения".
8. Приказ Минобрнауки России от 14 июня 2013 г. № 464 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования".
9. Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам".
10. Приказ Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 1367 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры".
11. Приказ Минобрнауки России от 12 сентября 2013 г. № 1061 "Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования".
12. Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов от 22 января 2015 г. № ДЛ-1/05 вн
13. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)», утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 11 августа 2016 г № 997
14. ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент (уровень бакалавриата)», утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 г. N 7
15. Положение о порядке разработки образовательной программы дополнительного профессионального образования в ФГБОУ ВО «СГЭУ» утв. приказом и.о. ректора №359-ОВ от 10 июля 2017 г.

Программа разработана на основе квалификационных требований

Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС), 2017. и проекта профессионального стандарта «Специалист по связям с общественностью», разработанного Российской Ассоциацией по связям с общественностью.

1.2. Цель реализации программы

Целью реализации дополнительной профессиональной программы является совершенствование и (или) получение слушателями новых компетенций в сфере связей с общественностью, необходимых для их профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации. Дополнительная профессиональная программа направлена на удовлетворение образовательных и профессиональных потребностей, профессиональное развитие, обеспечение соответствия квалификации работника меняющимся условиям профессиональной деятельности и социальной среды.

Программа является преемственной к основной образовательной программе высшего образования направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», квалификация (степень) - бакалавр.

1.3. Характеристика нового вида профессиональной деятельности, новой квалификации

а) область профессиональной деятельности слушателя, прошедшего обучение по программе профессиональной переподготовки для выполнения нового вида профессиональной деятельности «Связи с общественностью», включает: коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; общественное мнение.

б) Объектами профессиональной деятельности являются:

государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы местного самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации;

научные и образовательные учреждения и организации.

в) Слушатель, успешно завершивший обучение по данной программе, должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии со следующими видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая деятельность:

проводить грамотно стратегический анализ, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний и подготавливать сбалансированные управленческие решения.

информационно-аналитическая деятельность:

проводить анализ информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, вести базы данных по различным показателям и формировать информационное обеспечение участников организационных проектов различных проектов;

организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации.

1.3. Планируемые результаты освоения программы

Результаты освоения программы определяются приобретаемыми слушателем компетенциями, т.е. его способностью применять новые знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности. В результате освоения программы слушатель должен обладать следующими общекультурными (ОК), общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными компетенциями (ПК):

общекультурными компетенциями (ОК):

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-1);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-2);
- общефессиональными компетенциями (ОПК):**
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-3);
- 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).

профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими видам профессиональной деятельности:

организационно-управленческая деятельность:

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-1);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-2);
- информационно-аналитическая деятельность:*
- 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);
- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-4);

В результате освоения программы слушатели должны:

Знать:

- законодательные и нормативные правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы связей с общественностью;
- законодательство о средствах массовой информации и рекламе;
- основные международные документы в области профессионального поведения специалиста в области связей с общественностью;
- основы решения стандартных задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий;
- цели, стратегия развития организации;
- условия и ограничения принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности с позиций социальной значимости;
- подходы и стили организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности;
- виды и формы деловых коммуникаций;
- методику и методы системы сбора необходимой информации при расширении внешних связей и обмена опытом с деловыми партнерами;
- основные принципы ведения переговоров, совещания;

- основы публичных выступлений и электронных коммуникаций;
- требования ведения деловой переписки.
- профиль, специализацию и особенности структуры предприятия/организации; перспективы и направления развития технологий коммуникации;
- методы анализа, планирования и прогнозирования коммуникационных процессов; современные концепции управления коммуникационными процессами;
- формы коммуникационной деятельности;
- методы оценки эффективности коммуникационной деятельности и ее результатов;
- передовые, технологии в области связей с общественностью;
- стандарты и унифицированные формы ведения деловой документации;
- основы технологии формирования имиджа организации и территории;
- технологию публичных выступлений;
- основы психологии массовых коммуникаций;
- передовой отечественный и зарубежный опыт в области связей с общественностью/

Уметь:

- осуществлять выбор информационных средств для их обработки в соответствии с поставленной задачей;
- организовать и поддержать коммуникационные процессы, направленные на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
- выявлять проблемы при анализе сложившихся ситуаций и предлагать способы их решения при реализации проектов, направленных на развитие организации;
- проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды организации;
- разрабатывать план мероприятий по реализации стратегии
- выполнять работу по реализации политики организации в области связей с общественностью и отдельных ее этапов.
- осуществлять постоянное взаимодействие и поддерживает контакты с представителями средств массовой информации и общественности,
- готовить ответы на официальные запросы, следить за своевременным распространением информационных материалов о деятельности организации.
- подготовить и провести брифинг, пресс-конференцию, другие мероприятия информационно-рекламного характера, проводимых с участием представителей средств массовой информации и общественности, обеспечить их комплексное информационное и организационное сопровождение.
- готовить пресс-релизы и другие информационные материалы для представителей средств массовой информации, проводить мониторинг электронных и печатных средств массовой информации,
- разрабатывать информационно-рекламные материалы, готовить тексты для корпоративного издания, официального WEB-ресурса организации.
- выполнять работу по сбору, хранению, использованию и распространению информационных материалов, подготовке документов для сдачи в архив.

Владеть:

- навыками и технологией процесса выработки решения в профессиональной деятельности;
- навыками деловых коммуникаций;
- навыками анализа информации, используемой в процессе управления, планирования и прогнозирования, реализации организационных проектов.
- современными инструментами взаимодействия стратегических и тактических целей и задач;
- навыками применения инструментов стратегического анализа
- приемами информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задачи профессиональной деятельности

- навыками подготовки нормативных документов для делового общения;
- техниками ведения переговоров;
- технологиями работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации, и базами данных
- навыками публичных презентаций и выступлений;
- программами и средствами представления и визуализации данных;
- навыками постановки коммуникативных целей
- навыками конвертации бизнес-задач в коммуникационные задачи и индикаторы эффективности

1.4. Категория слушателей

К освоению дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки допускаются лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

1.5. Форма обучения.

Форма обучения – очная.

1.6 Срок обучения

Трудоемкость обучения - 550 часов, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя. Общий срок обучения – 8 месяцев.

1.7. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы -
диплом о профессиональной переподготовке

1.8. Структурное подразделение, реализующее программу
Центр корпоративного развития СГЭУ

**2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН
ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

Наименование программы: «Связи с общественностью»

Категория слушателей: лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Объем программы: 550 учебных часов

Форма обучения: очная

Наименование дисциплин	Общая трудоемкость, час	Аудиторные занятия, в том числе		Самост. работа, час	Промежуточная аттестация
		лекции, час	прак. занятия, час		
PR в системе маркетинговых коммуникаций	50	8	16	26	Экзамен
Психология массовых коммуникаций	60	14	16	30	Экзамен
PR внутри организации	60	12	16	32	Экзамен
Технологии формирования имиджа	60	8	20	32	Экзамен
Стратегия и тактика PR деятельности	80	20	32	28	Экзамен
PR проектирование	60	4	26	30	Экзамен
Антикризисный PR	60	12	18	30	Экзамен
Технологии сотрудничества с органами власти	40	8	12	20	Экзамен
Исследования в области PR деятельности	30	8	12	10	Экзамен
Защита и подготовка к защите итоговой аттестационной работы	50	2	18	30	
ИТОГО:	550	96	186	268	

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

Календарный учебный график "Связи с общественностью" 2018-2019 г.

Мес	Сентябрь					Октябрь					Ноябрь					Декабрь					Январь					Февраль					Март					Апрель					Май					Июнь				
	Числа	1-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-2	3-9	10-16	17-23	24-30	31-6	7-13	14-20	21-27	28-3	4-10	11-17	18-24	25-3	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30					
Недели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44						
	=	=	=	=	=	=	=	/											К	К																														
												Э					Э	Э																																

Сводные данные

		2018-2019		
		Нед.		
	Теоретическое обучение	17		
Э	Экзамены	9		
Д	Подготовка к защите и защита итоговой аттестационной работы	9		
К	Каникулы	2		
Итого		37		
Групп			1	

4. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН ПРИВЕДЕНЫ В ПРИЛОЖЕНИЯХ

5. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Форма итоговой аттестации – итоговая аттестационная работа

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

6.1. Вопросы для экзамена

Итоговый экзамен не предусмотрен

6.2. Тематика итоговых аттестационных работ

1. Формирование корпоративной культуры инструментами внутреннего PR (на примере)
2. Использование социальных медиа в связях с общественностью (на примере)
3. Формирование пресс-службы в органах власти (на примере)
4. Разработка PR-стратегии компании (на примере)
5. Разработка системы PR-коммуникации как элемента корпоративной культуры (на примере)
6. Формирование корпоративной культуры компании (на примере)
7. Реализация PR-мероприятий в сфере услуг (на примере)
8. Формирование имиджа социально-ответственной компании (на примере)
9. Имидж региона как фактор его социально-экономического развития (на примере)
10. Корпоративное издание как инструмент внутреннего PR (на примере)
11. Организация работы PR дирекции финансового учреждения с системами интегрированных маркетинговых коммуникаций (на примере)
12. Разработка стратегии PR-деятельности предприятия (на примере)
13. Роль интернет-коммуникаций в PR продвижении компании (на примере)
14. Event-мероприятие как PR инструмент для формирования репутации (на примере)
15. Социальные сети как инструменты PR-деятельности компании (на примере)

6.3. Требования к оформлению итоговой аттестационной работы

Тематика итоговой аттестационной работы может быть выбрана слушателями самостоятельно в рамках предлагаемых тем.

Объем аттестационной работы составляет от 50 до 65 страниц (без приложений).

Структура аттестационной работы

Структура аттестационной работы представлена следующими обязательными элементами:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- текстовая часть (главы, разбитые на параграфы);
- заключение;
- библиографический список;

приложения (при наличии).

Содержание аттестационной работы печатается на одной стороне белой бумаги стандартного размера (формата А4 — 210 x 297 мм).

Аттестационная работа выполняется в редакторе Word.

Поля: сверху - 20 мм; снизу - 20 мм; справа - 10 мм; слева - 30 мм.

Шрифт - TimesNewRoman; размер шрифта - 14; межстрочный интервал - полуторный (в таблицах размер шрифта -12, интервал 1,0), автоматическое выравнивание текста по ширине, автоматический перенос по словам. Абзацный отступ - 1,25 см.

Номера страниц: сверху- справа, нумерация с четвертой страницы (Введение).

Слова ОГЛАВЛЕНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК, ПРИЛОЖЕНИЕ и названия глав аттестационной работы пишутся прописными буквами и выделяются жирным шрифтом. Точка в конце названия не ставится.

Расстояние между названием главы и названием параграфа равно одной строке при интервале 1,5. Название параграфа должно следовать на странице следом за названием главы. Расстояние между концом одного параграфа и названием следующего равно двум пробелам при интервале 1,5.

Не допускаются какие-либо способы выделения текста аттестационной работы (выделение курсивом, цветом, подчеркивание, жирный шрифт, другой вид шрифта и пр.), кроме заголовков.

Каждый абзац текста начинается с «красной строки», получаемой отступом от левого края текста на 1,25 см.

Таблицы оформляют в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105.

Таблицы помещаются в тексте работы непосредственно после того предложения, в котором они упоминаются впервые (на той же или на следующей странице). При ссылке слово таблица пишется полностью.

Таблицы имеют сквозную нумерацию. Слово «Таблица» пишется полностью. Название таблицы следует помещать над таблицей справа, без абзацного отступа в одну строку с ее номером (например: Таблица 3. Доходы фирмы). Точка в конце названия не ставится.

Рисунки нумеруются арабскими цифрами, при этом нумерация сквозная. В последнем случае номер рисунка состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой (например: Рис. 1.). Подпись к рисунку располагается под ним посередине строки. Точка в конце названия не ставится.

По ГОСТ формулы и уравнения следует выделять из текста в отдельную строку. Над и под каждой формулой или уравнением нужно оставить по пустой строке. Если нужны пояснения к символам и коэффициентам, то они приводятся сразу под формулой в той же последовательности, в которой они идут в формуле.

Все формулы нумеруются. Обычно нумерация сквозная. Номер проставляется арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.

$$A = a:b$$

(1)

Приложения оформляют в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105. По ГОСТ в тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» и его обозначения. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Приложения обозначают арабскими цифрами. После слова «Приложение» следует цифра, обозначающая его последовательность (например: ПРИЛОЖЕНИЕ 1). Если в документе одно приложение, оно обозначается «ПРИЛОЖЕНИЕ 1».

Нумерация страниц приложений и основного текста должна быть сквозная.

Итоговая аттестационная работа должна быть изложена грамотным, выразительным (чётким, ясным, образным) языком.

Пропуск слов, предложений, абзацев недопустим.

Библиографические ссылки в тексте оформляют в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5.

Библиографические записи в библиографическом списке оформляют согласно ГОСТ 7.1. и ГОСТ 7.8.

6.4. Критерии оценки результатов освоения программы

Критерии оценки итоговой аттестационной работы

критерии	показатели			
	Оценки « 2 - 5»			
	«неуд. »	«удовлетв»	«хорошо»	«отлично»
Актуальность	Актуальность исследования специально автором не обосновывается. Сформулированы цель, задачи не точно и не полностью. Неясны цели и задачи работы (либо они есть, но абсолютно не согласуются с содержанием)	Актуальность сформулирована в самых общих чертах – проблема не выявлена и, что самое главное, не аргументирована . Нечетко сформулированы цель, задачи, предмет, объект исследования, методы, используемые в работе	Автор обосновывает актуальность направления исследования в целом, а не собственной темы. Сформулированы цель, задачи, предмет, объект исследования в соответствии с заявленной темой	Актуальность проблемы исследования обоснована анализом состояния действительности. Сформулированы цель, задачи, предмет, объект исследования, методы, используемые в работе
Логика работы	Содержание и тема работы плохо согласуются между собой.	Содержание и тема работы не всегда согласуются между собой. Некоторые части работы не связаны с целью и задачами работы	Содержание, как целой работы, так и ее частей связано с темой работы, имеются небольшие отклонения. Логика изложения, в общем и целом, присутствует – одно положение вытекает из другого.	Содержание, как целой работы, так и ее частей связано с темой работы. Тема сформулирована конкретно, отражает направленность работы. В каждой части (главе, параграфе) присутствует обоснование, почему эта часть рассматривается в рамках данной темы
Сроки	Работа сдана с опозданием (более 2-х дней задержки)	Работа сдана с опозданием (более 2-х дней задержки).	Работа сдана в срок (либо до 2 дней задержки)	Работа сдана с соблюдением всех сроков

<p style="text-align: center;">Самостоятельность в работе</p>	<p>Большая часть работы списана из одного источника, либо заимствована из сети Интернет. Авторский текст почти отсутствует</p>	<p>Самостоятельные выводы либо отсутствуют, либо присутствуют только формально. Автор недостаточно хорошо ориентируется в тематике, путается в изложении содержания. Слишком большие отрывки (более двух абзацев) переписаны из источников.</p>	<p>Работа написана с выполнением требований по заимствованию из сторонних источников. После каждой главы, параграфа автор работы делает выводы. Выводы порой слишком расплывчаты, иногда не связаны с содержанием параграфа, главы</p>	<p>Работа содержит более 65% авторского текста. После каждой главы, параграфа автор работы делает самостоятельные выводы. Автор четко, обоснованно и конкретно выражает свое мнение по поводу основных аспектов содержания работы.</p>
<p style="text-align: center;">Оформление работы</p>	<p>Много нарушений правил оформления и низкая культура ссылок.</p>	<p>Представленная работа имеет отклонения и не во всем соответствует предъявляемым требованиям</p>	<p>Есть некоторые недочеты в оформлении работы, в оформлении ссылок.</p>	<p>Соблюдены все правила оформления работы.</p>
<p style="text-align: center;">Литература</p>	<p>Автор совсем не ориентируется в тематике, не может назвать и кратко изложить содержание используемых книг. Изучено менее 10 источников</p>	<p>Изучено менее тридцати пяти источников. Автор слабо ориентируется в тематике, путается в содержании используемых книг.</p>	<p>Изучено более двадцати пяти источников. Автор ориентируется в тематике, может перечислить и кратко изложить содержание используемых книг</p>	<p>Количество источников более 30. Все они использованы в работе. Слушатель легко ориентируется в тематике, может перечислить и кратко изложить содержание используемых книг</p>

Защита работы	<p>Автор совсем не ориентируется в терминологии работы.</p>	<p>Автор, в целом, владеет содержанием работы, но при этом затрудняется в ответах на вопросы членов аттестационной комиссии. Допускает неточности и ошибки при толковании основных положений и результатов работы, не имеет собственной точки зрения на проблему исследования. Автор показал слабую ориентировку в тех понятиях, терминах, которые она (он) использует в своей работе. Защита, по мнению членов комиссии, прошла сбивчиво, неуверенно и нечетко.</p>	<p>Автор достаточно уверенно владеет содержанием работы, в основном, отвечает на поставленные вопросы, но допускает незначительные неточности при ответах. Использует наглядный материал. Защита прошла, по мнению комиссии, хорошо (оценивается логика изложения, уместность использования наглядности, владение терминологией и др.).</p>	<p>Автор уверенно владеет содержанием работы, показывает свою точку зрения, опираясь на соответствующие теоретические положения, грамотно и содержательно отвечает на поставленные вопросы. Использует наглядный материал: презентации, схемы, таблицы и др. Защита прошла успешно с точки зрения комиссии (оценивается логика изложения, уместность использования наглядности, владение терминологией и др.).</p>
----------------------	-------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Оценка работы	Оценка «2» ставится, если слушатель обнаруживает непонимание содержательных основ исследования и неумение применять полученные знания на практике, защиту строит не связно, допускает существенные ошибки, в теоретическом обосновании, которые не может исправить даже с помощью членов комиссии	Оценка «3» ставится, если слушатель на низком уровне владеет методологическим аппаратом исследования, допускает неточности при формулировке теоретических положений аттестационной работы, материал излагается не связно	Оценка «4» ставится, если слушатель на достаточно высоком уровне овладел методологическим аппаратом исследования, осуществляет содержательный анализ теоретических источников, но допускает отдельные неточности в теоретическом обосновании или допущены отступления в практической части от законов композиционного решения	Оценка «5» ставится, если слушатель на высоком уровне владеет методологическим аппаратом исследования, осуществляет сравнительно-сопоставительный анализ разных теоретических подходов, практическая часть работы выполнена качественно и на высоком уровне.
----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

7.1. Материально-техническое обеспечение

№ п/п	Наименование дисциплин в соответствии с учебным планом	Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий и пр. с перечнем основного оборудования	Форма владения, пользования (собственность, оперативное управление, аренда и т. п.)
1	2	3	4
1	<i>PR в системе маркетинговых коммуникаций</i>	307 аудитория для проведения занятий семинарского типа встроенный проектор, экран, ноутбук, переносной флипчарт	оперативное управление
2	<i>Психология массовых коммуникаций</i>	307 аудитория для проведения занятий семинарского типа встроенный проектор, экран, ноутбук, переносной флипчарт	оперативное управление
3	<i>PR внутри организации</i>	307 аудитория для проведения занятий семинарского типа встроенный проектор, экран, ноутбук, переносной флипчарт	оперативное управление
4	<i>Технологии формирования</i>	307 аудитория для проведения занятий семинарского типа	оперативное управление

	<i>имиджа</i>	встроенный проектор, экран, ноутбук, переносной флипчарт	
5	<i>Стратегия и тактика PR-деятельности</i>	307 аудитория для проведения занятий семинарского типа встроенный проектор, экран, ноутбук, переносной флипчарт	оперативное управление
6	<i>PR-проектирование</i>	307 аудитория для проведения занятий семинарского типа встроенный проектор, экран, ноутбук, переносной флипчарт	оперативное управление
7	<i>Антикризисный PR</i>	307 аудитория для проведения занятий семинарского типа встроенный проектор, экран, ноутбук, переносной флипчарт	оперативное управление
8	<i>Технологии сотрудничества с органами власти</i>	307 аудитория для проведения занятий семинарского типа встроенный проектор, экран, ноутбук, переносной флипчарт	оперативное управление
9	<i>Исследования в области PR-деятельности</i>	307 аудитория для проведения занятий семинарского типа встроенный проектор, экран, ноутбук, переносной флипчарт	оперативное управление
	<i>Защита итоговой аттестационной работы</i>	аудитория для проведения занятий семинарского типа 218 Е проектор, экран, переносной компьютер,	оперативное управление

7.2. Информационное обеспечение обучения

Литература:

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.] / отв. ред. М. М. Васильева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00688-9.
<https://www.biblio-online.ru/book/3A53890D-0B5A-4BAA-B214-9EEF9B182C8B>
2. 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>
3. 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>.
4. 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>
5. Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 460 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3684-1.
<https://www.biblio-online.ru/book/9E0705A3-F1B7-4F55-8DB3-8FA62F82EA08>

6. Лавриненко, В. Н. Психология и этика делового общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова ; под ред. В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — 7-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6833-0.

<https://www.biblio-online.ru/book/F5068552-167B-47A1-B377-097BABC59594>

7. Сосновский, Б. А. Социальная психология : учебное пособие для академического бакалавриата / Б. А. Сосновский, Ф. Г. Асадуллина ; под ред. Б. А. Сосновского. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 160 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9792-7.

<https://www.biblio-online.ru/book/E3FF7AAB-A1F4-4EBB-B831-F2807FF45FD6>

Электронные и Internet-ресурсы: ...

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

7.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Сведения о научно-педагогических работниках штатных и внешних совместителях, привлекаемых к реализации программы

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин (модулей)	Фамилия, имя, отчество, год рождения	Ученая степень, ученое звание	Стаж работы Общий/проект.	Основное место работы, должность	Сведения о повышении квалификации
	«PR проектирование»	Акимова Татьяна Николаевна, 1967	-	28/3	Региональный благотворительный фонд "Самарская губерния", исполнительный директор, член Партнерства фондов местных сообществ	-
	«Стратегия и тактика PR деятельности»	Беседин Сергей Александрович, 1966	-	32/9	ООО «Априори групп», директор; ООО «Априори консалтинг менеджмент», директор	Институт экономики бизнеса при ТПП РФ, программа повышения квалификации «Коммуникационное управление», 2006 г.
	«Стратегия и тактика PR-деятельности»	Выводнова Татьяна Анатольевна, 1980	-	16/10	ПАО «МТС» Менеджер по связям с общественностью	ГОУ ВПО «СГЭУ» Программа проф. Переподготовки «Паблрилейшнз», 2009 г.
	«PR внутри организации»	Габелашвили Мария Звиадиевна, 1991	-	5/2	Поволжский банк ПАО Сбербанк, Начальник сектора бренда и маркетинговых коммуникаций	ФГБОУ ВПО «СГЭУ» Программа проф. Переподготовки «Связи с общественностью» (2014 г.)

					Управления маркетинга и коммуникаций	
	Член аттестационной комиссии	Горгодзе Татьяна Евгеньевна	К.э.н., доцент	16/16	ФГБОУ ВО «СГЭУ» Кафедра «Сервиса и туризма», доцент	ФГБОУ ВО «СГЭУ» программа повышения квалификации «Геймификация в управленческой деятельности», 2016 г.
	«Антикризисный PR»	Исангулова Ирина Маратовна, 1971	-	27/23	Консалтинговая компания «D&I», руководитель	Участие в международной конференции «Антикризисный PR» 2017 г. Авторский курс К.Артемьева «Инфобизнес и продюсирование» (2016 г.) Авторский курс О.Иванова «Стратегия поиска инвестора и упаковка проекта для поиска инвестиций» (2015 г.) Курс «Инструменты продвижения в социальных сетях» (2014)
	«Технологии формирования имиджа» Член аттестационной комиссии	Карандаева Ирина Геннадьевна, 1966	-	27/4	«General Line!» арт-директор	
	«PR в системе маркетинговых коммуникаций»	Кичатов Андрей Борисович, 1975	-	20/14	Консалтинговая компания «SIMS-group». Старший партнер	ФГБОУ ВО «СГЭУ» Программа повышения квалификации «Тренинг для бизнес-тренеров» (2014 г.)
	«PR внутри организации»	Котельников Андрей Вячеславович, 1975	-	19/11	Заместитель Генерального директора по персоналу ГК «Петролеум Трейдинг»	ГОУ ВПО «СГЭА» Президентская программы подготовки управленческих кадров, специальность «Маркетинг», 2004 ГОУ ВПО «СГЭУ» Программа проф. Переподготовки «Управление человеческими ресурсами», 2008 г. МВА (Master of Business Administration) «Предпринимательство и управление компанией» ВШМ СГЭУ (2017 –2018гг.)
	«PR проектирование»	Курдюкова Елена Викторовна, 1982	-	16/2	ООО "Агентство коммуникаций Перспектива". директор.	ФГБОУ ВО «СГЭУ» Программа проф. переподготовки «Связи с общественностью»(2014 г.)
	«Технологии сотрудничества с органами власти»	Лобойко Дмитрий Александрович, 1983	-	18/5	ООО «Центр социальных исследований», директор	
	«PR в системе маркетинговых коммуникаций»	Малютина Любовь Викторовна, 1975	-	23/4	ИП Малютина Л.В., директор, Эксперт по развитию бизнеса и созданию маркетинговых систем	Академия народного хозяйства при Правительстве РФ (г. Москва), «Президентская программа подготовки и развития управленческих кадров», программа «Топ-менеджер», Специализация

						«Менеджмент», 2001 ГОУ ВПО «СГЭА» программа проф. переподготовки «Маркетингово е образование в России, РИМА-А», 2003
	«Стратегия и тактика PR- деятельности»	Меркулова Елена Анатольевна	-	15	ОАО «Кузнецов», управляющий делами	ФГБОУ ВО «РАНХИГС» (при Президента РФ), программа профессиональной переподготовки «Международный протокол и кросс-культурные коммуникации», 2015 г.
	«Стратегия и тактика PR- деятельности»	Мокшина Татьяна Владимировна	-	32/16	ООО «ПРАТОН- Регион», генеральный директор	ГОУ ВПО Программа профессиональной переподготовки «Паблик рилейшнз», 2008 г. ФГБОУ ВПО «МГУКиИ» программа проф. Переподготовки «Имиджелогия», 2011 г.,
	«Исследовани я в области PR деятельности»	Олисова Ольга Владимировна, 1974	К.с.н.	15/12 препод	ИП Олисова Ольга Владимирова	"ИКТ в современном высшем образовании", СГЭУ, "Теория и практика инклюзивного образования", СГЭУ, 2017 г.
	«Стратегия и тактика PR- деятельности»	Семенцова Светлана Владимировна 1969	-	30/2	ООО «Детали+». Студия видеорекламы, директор	ГОУ ВПО «СГЭУ» Программа проф. Переподготовки «Менеджмент организации», 2010 г. ФГБОУ ВПО Программа проф. Переподготовки «Связи с общественностью», 2013
	«Технологии сотрудничеств а с органами власти»	Соловьева Виктория Олеговна	-	13/2	ООО «Газпром трансгаз Самара», Эксперт Службы корпоративной защиты	Семинар «Особенности деятельности по изучению контрагентов и работы с информационными ресурсами СКЗ ПАО Газпром» (г. Москва, 2017)
	«Технологии формирования имиджа», Председатель аттестационно й комиссии	Цветкова Наталья Евгеньевна, 1975	-		АО «Теплант» Директор по маркетингу и PR	ГОУ ВПО «СГЭА», Программа проф. Переподготовки «РИМА- А», 2002 г.
	«Стратегия и тактика PR- деятельности»	Шкондина Лариса Анатольевна, 1970	-	27/5	Агентство коммуникаций «PR-завод», директор	ФГБОУ ВО Программа проф. Переподготовки «Связи с общественностью», 2015
	«Психология массовых коммуникаций », «Технологии формирования имиджа», «PR проектировани е» Член аттестационно й комиссии	Яшина Елена Закировна, 1967	-	26/23	Директор Центра корпоративного развития СГЭУ	ФГБОУ ВО «СГЭУ» магистратура по направлению «Государственное и муниципальное управление», 2016 г. ; ГБОУ ВПО СамГМУ Минздрава России программа пов. квалификации «Основы клинического психоанализа», 2015 г. ; Программа повыш. квалификации «Тренинг для бизнес-тренеров», 2013

						ФГБОУ ВПО «СГЭУ» программа пов. Квалификации «Современные образовательные технологии электронного обучения в высшем профессиональном образовании», 2013 г.
--	--	--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Яшина Елена Закировна, директор Центра корпоративного развития СГЭУ

Цветкова Наталья Евгеньевна, директор по маркетингу и PR АО «Теплант»