

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Дзержинский филиал ННГУ

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ
(протокол от «16» июня 2021 г. № 8)

Рабочая программа дисциплины

ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЙ PR

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки / специальность

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность образовательной программы

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ
УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ**

Форма обучения

ОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ

Год набора: 2021

Дзержинск
2021

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.09 Внутрикorporативный PR относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль: Реклама и связи с общественностью в системе управления компаниями.

Дисциплина предназначена для освоения.

- студентами очной формы обучения – в 8 семестре,
- студентами заочной формы – в 9 семестре.

Цель освоения дисциплины: познакомить с комплексом PR-методов, рекламных технологий и способов психологического воздействия, направленным на сотрудников компании.

Задачи дисциплины:

- дать системное представление о проведении рекламной и PR-кампании;
- обучить особенностям осуществления рекламных кампаний и мероприятий

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПКР-11. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ;	ПКР-11.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;	Знать специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта; Уметь применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста; Владеть практическими навыками создания рекламного и PR-текста;	<i>Контрольные вопросы Контрольная работа</i>
	ПКР-11.2. Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ.	Знать технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ; Уметь применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;	<i>Контрольные вопросы Контрольная работа</i>

		Владеть практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;	
--	--	---	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ		2 ЗЕТ
Часов по учебному плану	72		72
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):	25		9
- занятия лекционного типа	8		4
- занятия семинарского типа	16		4
- КСРИФ	1		1
самостоятельная работа	47		59
Промежуточная аттестация – зачет			4

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)			5												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы														
	из них																	
	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего								
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная			
Тема 1. Предмет, задачи и основные виды деятельности внутрикорпоративных связей с общественностью	17	0	16	2		1	4		1			6	0	2	11		14	

Тема 2. Корпоративная политика и корпоративное позиционирование	18	0	17	2		1	4		1				6	0	2	12		15
Тема 4. Формирование корпоративной культуры и корпоративной идентичности. Внутренний имидж организации.	18	0	17	2		1	4		1				6	0	2	12		15
Тема 4. Формирование корпоративной культуры и корпоративной идентичности. Внутренний имидж организации.	18	0	17	2		1	4		1				6	0	2	12		15
Контроль самостоятельной работы	1		1										1		1			
Промежуточная аттестация - зачет			4															
ИТОГО	72	0	72	8	0	4	16	0	4	0	0	0	25	0	9	47	0	59

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.
Промежуточная аттестация проходит в традиционной форме (зачет).

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа является важнейшим элементом в системе обучения студента, поскольку способствует самоорганизации, развитию навыка управления временем и самостоятельного решения задач. Основными формами самостоятельной работы студентов являются: подготовка к семинарским занятиям, составление конспекта, подготовка к выступлению на семинаре, подготовка доклада, написание контрольной работы (эссе), подготовка к тестированию, подготовка к ролевой игре.

Подготовка к семинарским занятиям. Данный тип самостоятельной работы предполагает освоение той литературы, которая указана в планах семинарских занятий. Освоение литературы происходит согласно сформулированным к семинарским занятиям вопросам, которые являются своего рода ориентирами при отборе из прочитанного главного.

Составление конспекта. Конспект представляет собой сжатое изложение основных идей, изложенных в учебной литературе. Задачей, стоящей перед студентом при написании конспекта, является формулирование собственных идей на основе прочитанного. Цитирование уместно лишь тогда, когда нужно привести слова автора, например, когда дается определение, приводятся цифры или факты, предлагается аргументация положений. Объем конспекта – 6-7 страниц. Обязательны поля. Ключевые слова желательно подчеркивать маркером. Таким образом должен быть подготовлен каждый вопрос семинарского занятия.

Подготовка к выступлению на семинаре. Выступление должно быть по существу затронутых вопросов. При этом важно ссылаться на источники и литературу, из которых заимствовался материал. Желательно прокомментировать заимствованное из прочитанной

литературы, раскрыть его сильные стороны. Ответ должен быть емким и не превышать пяти минут. В заключении важно обобщить сказанное, используя речевые клише.

Подготовка доклада. Выступление с докладом на семинаре – одна из форм, давно и успешно апробированных преподавательской практикой. Она позволяет одновременно решить целый комплекс задач: прежде всего она позволяет студенту основательно изучить интересующий его вопрос; затем предоставляет возможность изложить материал в компактном и доступном виде; далее – привести в текст полемическую заостренность; наконец, приобрести начальные навыки презентации.

Доклад должен быть рассчитан на 10 минут выступления. Он должен содержать в себе три основные части: *вступление, основная часть, заключение*. Во вступлении необходимо обосновать важность и актуальность рассматриваемого вопроса. При этом нужно не забыть об ярких, запоминающихся примерах, фактах, цифрах, которые помогут заинтересовать публику, привлечь внимание слушателей. В основной части следует раскрыть тему доклада. Важным является сопровождение рассматриваемых положений своими комментариями. В заключении следует сделать краткие выводы.

Подготовка презентации. Доклад обучающегося может сопровождаться презентацией. Для подготовки презентации студенту необходимо выделить наиболее важные моменты сообщения и выстроить их в логической последовательности. Технически для подготовки презентации рекомендуется использовать программу Power Point. Особое внимание следует уделить принципам подготовки презентации: информационной наполненности слайдов, цветовому сопровождению материала и т.д. не стоит забывать о принципах публичного выступления и коммуникативных приемах.

Написание контрольной работы (эссе). ЭССЕ – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Требования к оформлению работы. Общий объем самостоятельной работы – до 6 страниц рукописного текста. В правом верхнем углу листа следует указать свою фамилию, номер группы, дату написания работы. Далее в центре листа написать тему эссе.

Подготовка к тестированию. При подготовке к тестированию необходимо обратить внимание на термины, понятия, имена выдающихся мыслителей.

Тест предполагает проверку знаний, полученных в ходе изучения конкретной темы. Для подготовки к нему целесообразно перечитать конспекты лекций и семинарских занятий, освоить всю информацию, включенную в учебно-методические пособия и учебники по конкретной теме. Время на подготовку к тесту – 2-4 часа.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Внутрикорпоративный PR», созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru>.

Учебно-методические документы, регламентирующие самостоятельную работу

1. Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при реализации образовательных программ высшего образования в ННГУ (Приказ от 29.12.2017 №630-ОД);

2. Положение о фонде оценочных средств, (Приказ от 10.06.2015 №247-ОД);

3. Положение об электронной информационно-образовательной среде ННГУ (Приказ от 20.11.2019 №601-ОД);

4. Положение о порядке организации и освоения факультативных и элективных дисциплин (модулей) в ННГУ (Приказ от 19.09.2017 № 427-ОД);

5. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов: учебно-метод. пособие/Е.И. Яковлева, А.В. Крымов, П.Ю. Иванов, Ю.В. Родионова, Е.В. Себина. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2018. – 62 с.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие	При решении стандартных задач не	Имеется минимальные	Продemonстрированы базовые	Продemonстрированы базовые	Продemonстрированы	Продemonстрирован творческий

	владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	подход к решению нестандартных задач
--	---	--	---	--	--	--	--------------------------------------

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы к экзамену

<i>Вопросы</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
1. Понятие внутрикорпоративного PR, цели, задачи.	ПКР-11
2. Взаимосвязь и взаимозависимость внутреннего и внешнего PR.	ПКР-11
3. Особенности современных сотрудников организации как объектов внутренних связей с общественностью.	ПКР-11
4. Раскройте понятие и направления менеджмента по внутренним корпоративным коммуникациям.	ПКР-11
5. Событийный и репутационный менеджмент корпоративных связей с общественностью.	ПКР-11
6. Исследования в сфере внутреннего PR: объект, методы.	ПКР-11
7. Этапы создания и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью	ПКР-11
8. Понятие и виды внутренних коммуникаций организации.	ПКР-11
9. Корпоративные коммуникации как инструмент позиционирования	ПКР-11
10. Характеристика отдельных инструментов внутренних коммуникаций.	ПКР-11
11. Понятие сети внутрикорпоративных коммуникаций (СВК).	ПКР-11
12. Содержания и формы информации для сотрудников и их значение	ПКР-11
13. Основные принципы коммуникаций с сотрудниками.	ПКР-11
14. Понятие эффективных коммуникаций. Исследования эффективности.	ПКР-11
15. Внутренний имидж организации: построение, содержание. Оценка.	ПКР-11
16. Понятие корпоративной культуры и ее принципы.	ПКР-11
17. Структура корпоративной культуры.	ПКР-11
18. Духовная культура. Ценности организации	ПКР-11
19. Корпоративная философия и корпоративная культура	ПКР-11
20. Корпоративная миссия, слоган	ПКР-11
21. Корпоративная история	ПКР-11
22. Нейм и нейминг	ПКР-11
23. Корпоративная фотография и видео	ПКР-11

24. Корпоративный гимн	ПКР-11
25. Корпоративное издание	ПКР-11
26. Имиджевая полиграфическая продукция	ПКР-11
27. Формы корпоративной отчетности	ПКР-11
28. Корпоративный блог	ПКР-11
29. Корпоративный праздник	ПКР-11
19. Факторы, влияющие на восприятие организации сотрудниками.	ПКР-11
20. Фирменный стиль организации: значение, изучение.	ПКР-11
21. Корпоративная идентичность сотрудников организации.	ПКР-11
22. Проблема моделирования поведения в контексте внутрикорпоративного PR.	ПКР-11
23. Лояльность сотрудников организации: исследование проблемы, возникновение предпосылок нелояльности.	ПКР-11
24. Понятие «внешняя» и «внутренняя» лояльность. Формирование лояльности с позиций HR и PR- менеджмента.	ПКР-11
25. Нематериальная мотивация как система PR –управления лояльностью сотрудников организации.	ПКР-11
26. Корпоративная культура как фактор формирования лояльности.	ПКР-11

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПКР-11 Тест.

1. Назовите типы организаций по критерию коммуникаций (2)_____
2. Коммуникационной проблемой организации является отсутствие возможности
 - a. развивать восходящие коммуникации;
 - b. развивать нисходящие коммуникации;
 - c. развивать сетевые коммуникации;
4. Что НЕ относится к группам PR- инструментов внутренних коммуникаций:
 - a. информационные;
 - b. аналитические;
 - c. коммуникативные;
 - d. организационные;
 - e. коллаборационные
5. Назовите известные Вам каналы внутриорганизационных коммуникаций: _____
6. Что НЕ относится к правилам эффективности корпоративного собрания как средства внутрикорпоративной коммуникации:
 - a. руководителям высокого ранга полезно являться на собрания заранее, общаться с сотрудниками;
 - b. организаторам данных мероприятий надо уметь вовлекать аудиторию в диалог;

- c. участникам собраний следует готовить вопросы заранее, подавать их в напечатанном виде;
- d. Руководителю организации следует ответить на вопросы в письменном виде после собрания.

7. В структуру разработки стратегии внутрикорпоративных коммуникаций НЕ входит:

- a. цели коммуникации;
- b. аудитория коммуникации (группы сотрудников);
- c. содержание информации соотнесенной с потребностями сотрудников в ней;
- d. время поступления информации;
- e. канал коммуникации;
- f. оценка эффективности коммуникации.

8. Что НЕ входит в критерии оценки эффективности корпоративного издания:

- a. какая доля аудитории получает корпоративное издание
- b. насколько аудитория читает корпоративное издание;
- c. насколько аудитория усваивает информацию, содержащуюся в корпоративном издании
- d. насколько опубликованная в корпоративном издании информация влияет на общественное мнение аудитории.
- e. насколько опубликованная в корпоративном издании информация влияет на поведение аудитории.

9. Какие виды исследований проводят для оценки эффективности коммуникативных проектов: _____

10. Коммуникации - как социальный процесс взаимодействия людей, НЕ включает потребность людей в:

- a. безопасности, выраженной в относительной предсказуемости происходящего вокруг;
- b. осмысленности (понимание смысла собственной деятельности, ее цели);
- c. чувстве принадлежности – идентичности (восприятие себя как члена группы, коллектива).
- d. финансовой обеспеченности, выраженной в получаемом вознаграждении.

11. К критериям качества информационного потока Не относится:

- a. релевантность;
- b. понятность;
- c. краткость;
- d. полнота и достаточность;
- e. своевременность;
- f. достоверность;
- g. адресность;
- h. доступность;
- i. адекватность средства коммуникации;
- j. инновационность информационного канала.

12. В процессе внутренней PR- коммуникации форма подачи информации сотрудникам:

- a. влияет на восприятие ее содержания сотрудниками;
- b. не влияет на восприятие ее содержания сотрудниками.

13. Если каналы коммуникации в организации не управляются, не структурированы и не связаны между собой, это означает (выберите верный ответ):

- a. в организации нет системы внутренних коммуникаций (ВК);
- b. в организации нет внутренних коммуникаций (ВК).

14. К основным критериям эффективности ВК НЕ относятся:

- a. количество коммуникационных каналов и «качество» взаимодействия подразделений при выполнении совместных работ;
- b. количество промежуточных звеньев при передаче информации;
- c. своевременность распространения информации и соответствие имеющихся информационных каналов масштабам бизнеса и отраслевым особенностям;
- d. количество слухов, распространяемых в организации;
- e. наличие баланса между вертикальными и горизонтальными коммуникациями внутри компании, между документированной (формализованной) информацией и вербальными средствами ВК;
- f. разумная достаточность данных управленческой отчетности для сотрудников;
- g. состояние социально-психологического климата в коллективе;
- h. повышение профессиональных и компетентностных навыков персонала.

15. Какие утверждения НЕ относятся к понятию «обратная связь» во внутренних коммуникациях:

- a. обратная связь в организации должна быть регулярной и планомерной;
- b. результаты обратной связи должны обязательно доводиться до подчиненного;
- c. обратная связь должна стремиться обеспечивать полный контроль сотрудников.

16. В процесс построения эффективной системы внутренних коммуникаций впишите пропущенный этап:

- a. анализ организационной коммуникации (анкетирование, интервьюирование, мониторинг);
- b. разработка коммуникационной стратегии компании;
- c.
- d. анализ эффективности внедренной стратегии.

17. Что НЕ относится к барьерам коммуникации, возникающим на организационном уровне:

- a. организационная структура;
- b. информационная перегруженность;
- c. неравенство в статусе сотрудников;
- d. различия в восприятии.

18. Выделите в таблице галочкой, какие типы внутриорганизационных коммуникативных сетей (ВКС) относятся к первичным или вторичным:

№ п/п	Название типа сети	Первичная коммуникативная сеть	Вторичная коммуникативная сеть
1.	«Змея»		
2.	«Гент»		
3.	«Звезда»		
4.	«Шпора»		
5.	«Палатка»		
6.	«Дом»		
7.	«Круг»		

*правильный ответ по одному пункту – 0,1 балла, правильный ответ на весь вопрос – 0,7 балла.

19. К индивидуальным барьерам коммуникаций внутри организации НЕ относятся:

- a. особенности восприятия;
- b. субъективная оценка;
- c. навыки коммуникации;
- d. культурные различия;
- e. техническое оснащение.

20. Какое утверждение является верным с точки зрения создания эффективных внутриорганизационных коммуникаций:

- a. коммуникационные каналы должны быть универсальными для всей организации;
- b. коммуникационные каналы должны быть подобраны индивидуально под каждое подразделение организации;

5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ПКР-11

Вопросы для обсуждений, дискуссий, экспертиз

1. Какие факторы определяют внутреннюю среду организации
2. Что следует понимать под управлением коммуникациями
3. Тема для обсуждения: «Социокультурные закономерности коммуникаций организации»
4. В чем плюсы и минусы организаций механистического типа
5. В чем особенности организаций органического типа
6. Тема для дискуссии: «Эффективно работающий руководитель – тот, кто эффективен в коммуникациях»
8. Тема для обсуждения «Двусторонняя направленность коммуникаций – основной принцип управления коммуникациями в организации»
9. Тема для обсуждения «Зона конфликта как предмет управления коммуникациями»
10. Тема для обсуждения «Внутренняя коммуникационная сеть как соединение информационных потоков: пути и барьеры»
11. Тема для обсуждения «Корпоративная философия организации»
12. Какие типы организаций различают по типу коммуникаций
13. Дайте характеристику различным типам организаций
14. Какие Вам известны типы управленческой информации
15. Раскройте роль неформальных структур в организации

Практическое задание 1.

Вам надо разработать PR стратегию новой международной организации по охране окружающей среды. В ней представлены две стороны: американская и российская. Необходимо предложить варианты решения следующих вопросов:

1. - Придумайте его название, чтобы оно было приемлемо для обеих сторон.
2. - Дайте характеристику целевой группы, ее интересов и потребностей.

3. - Выделите и опишите конкурентные преимущества предложенной вами формы сотрудничества.
4. - Продумайте миссию вашего сотрудничества.
5. - Какие основные приемы вы будете использовать для его раскрутки и продвижения вашего проекта?
6. - Как возможно использовать Интернет ресурс для развития сотрудничества между студентами двух стран?
7. - Какую символику, цвет, слоганы вы будете использовать в своем проекте?

Практическое задание 2.

Выделите основные факторы внешней среды прямого и косвенного воздействия для следующих организаций:

1. агентства по продаже недвижимости;
2. районной поликлиники;
3. городской администрации;
4. магазина женской одежды.

Практическое задание 3.

Изложите в одном коротком предложении основную мысль следующего текста:

NIKE TRIAX (HEART RATE MONITOR)

«Наши часы Heart Rate Monitor (HRM) были спроектированы, чтобы обеспечить быстрый доступ к разнообразной информации в процессе тренировок и во время соревнований.

Правильное использование HRM поможет вам проводить более эффективные тренировки, точно и вовремя снабжая вас информацией о сердечной деятельности. Ставите ли вы целью увеличить достижение в беге, используя продвинутые методы тренировок, улучшить вашу физическую подготовку или просто сбросить вес, вы отметите, что HRM весьма ценны для этого.

Это руководство представляет собой подробную инструкцию, которая поможет вам разобраться в программных особенностях каждой отдельной функции часов. Целью данного руководства не является предоставить необходимую информацию для улучшения режима тренировок. Есть многочисленные книги по этой теме, хорошая информация в Интернете, а так же врачи и профессиональные инструкторы во многих оздоровительных клубах. Помните, HRM – это только одна составляющая хорошо продуманного комплекса упражнений.

Прежде чем вы начнете тренировки вам необходимо проконсультироваться у врача. Необходимо принимать во внимание многочисленные факторы, определяя уровень сердечной деятельности и интенсивность тренировок. Некоторые из этих факторов включают в себя такие показатели как возраст, частота тренировок и уровень вашей физической подготовки.»

Практическое задание 4.

Подберите графические и звуковые образы, которые могут выражать:

1. традиции, приверженность им;
2. надежность;
3. дружбу;
4. грусть.

5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов

Темы рефератов и докладов

1. Национальные особенности культуры
2. Духовная культура и ее функции

3. История российской деловой культуры
4. Юридическая и социальная ответственность корпорации
5. Корпоративная культура глазами партнеров
6. Духовная культура и нравственные качества руководителей
7. Коммуникативная компетентность руководителя как основа культуры управления
8. Фирменный стиль и его исследования
9. Психологические модели поведения сложных управленческих систем
10. Теория групп. Понятие «команды»
11. Внешняя и внутренняя среда корпорации
12. Структура корпоративной культуры
13. Ценности организации, управленческого аппарата, сотрудников
14. Элементы корпоративной культуры, влияющие на ее восприятие сотрудниками
15. Понятие и значение социально-психологического климата в коллективе
16. «Культура речи» корпорации (культура деловой переписки)
17. Модели трудового поведения
18. Нематериальная мотивация лояльности сотрудников
19. Культура руководителя: модели поведения
20. Фирменный стиль организации и его исследование
21. Факторы формирования «команды»
22. Сотрудничество HR и PR менеджмента персонала

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства / Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-16-103663-1 (online) - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523516>
2. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, "Издательство Шаркова", 2020. - 270 с.: ISBN 978-5-394-02075-9 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358568>
3. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: РИОР, 2009. - 193 с.: 70х100 1/32. - (Карманное учебное пособие). (обложка, карм. формат) ISBN 5-369-00050-6 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=83613>

б) Дополнительная литература:

1. Социальное пространство имиджа: Монография / М.О. Кошлякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с.: 60х88 1/16. - (Научная мысль; Социология). (обложка) ISBN 978-5-16-006408-6 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=193336>
2. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике / Осипова Е.А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-16-103662-4 (online) - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523515>

в) Программное обеспечение и ресурсы Интернет

1. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] Режим доступа <http://www.akarussia.ru/> — Загл. с экрана.
2. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // Режим доступа www.sostav.ru, . — Загл. с экрана. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] Режим доступа // www.advertology.ru. — Загл. с экрана.

3. Фонд образовательных электронных ресурсов ННГУ Электронный ресурс [Электронный ресурс]. <http://www.unn.ru/books/resources.html> - Загл. с экрана.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: ученические столы и стулья, мелованная доска, набор учебно-наглядных пособий, рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду

Специальные условия организации обучения по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация обучения по дисциплине инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья при наличии таких обучающихся путем создания специальных условий для получения образования.

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии).

В соответствии с Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утв. Минобрнауки РФ 08.04.2014 АК-44/05вн при изучении дисциплины предполагается использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При освоении дисциплины используются различные сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности обучающихся для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций. Форма проведения промежуточной аттестации для обучающихся-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей. По личной просьбе обучающегося с ограниченными возможностями здоровья, изложенной в форме письменного заявления, по дисциплине предусматриваются:

- замена устного ответа на письменный ответ при сдаче зачета или экзамена;
- увеличение продолжительности времени на подготовку к ответу на зачете или экзамене;
- при подведении результатов промежуточной аттестации студентов выставляется максимальное количество баллов за посещаемость аудиторных занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Автор (ы): старший преподаватель кафедры гуманитарно-правовых дисциплин

Ю.В. Родионова

Программа одобрена Методической комиссией Дзержинского филиала ННГУ, протокол № 4 от 07.06.2021 года.

