

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования  
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»  
Информация о владельце:  
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 21.12.2022 01:02:56  
Уникальный программный ключ:  
672b4d4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcd9bc652d927620ac07f8fdabb79  
Рассмотрено и одобрено на заседании  
учебно-методического совета

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор

О.А. Минаева

личная подпись инициалы, фамилия

« 14 » марта 2022 г.

Протокол № 7 от 14.03.2022

Председатель совета

Г.С. Горшков

инициалы, фамилия

личная подпись

канд. пед. наук Гальцева Ирина Анатольевна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

## Рабочая программа дисциплины (модуля)

Деловые бизнес-коммуникации и современная пресс-служба

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 4 (з.е.)

Всего учебных часов: 144 (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Зачет	8	10	10

Москва 2022 г.

Год начала подготовки студентов - 2022

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины является знакомство с основами организации и содержания деятельности пресс-секретарей в учреждениях государственной службы, органах власти, на предприятиях различной формы собственности
Задачи дисциплины	формирование у студентов навыков применения знаний в выполнении функций пресс-секретаря.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок 1 «Дисциплины (модули)»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	Деловое общение
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	Государственная итоговая аттестация

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.  
Степень сформированности компетенций**

Индикатор	Название	Планируемые результаты обучения	ФОС
ПК1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий			
ПК-1.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Знает функции менеджера отдела при реализации коммуникационного проекта	Тест
ПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Умеет осуществлять планирование мероприятий в рамках осуществления коммуникационных проектов	Выполнение реферата
ПК-1.3	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Владеет навыками коммуникационной политики по формированию корпоративной культуры	Контрольная работа
ПК2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта			
ПК-2.1	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Знает основные маркетинговые инструменты в реализации коммуникационных продуктов	Тест

ПК-2.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	Владеет навыками участия в проведении маркетинговых исследований для проведения коммуникационных проектов	Контрольная работа
ПК-2.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Умеет осуществлять мониторинг коммуникаций в обществе	Презентация

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### Тематический план дисциплины

№	Название темы	Содержание	Литература	Индикаторы
1.	Пресс-служба в контексте исторического развития знаний о личности, обществе, коммуникационных процессах	Общая характеристика, структура и принцип организации современной пресс-службы Пресс-служба: содержание и понятие, цели и задачи. Основы внутренней и внешней пресс-службы. Примеры деятельности пресс-службы в истории развития государства. Основы социального диалога в организации деятельности пресс-службы в контексте теории коммуникативно-диалоговых отношений.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
2.	Этика деловой коммуникации	Этика делового общения «сверху-вниз». Нравственные эталоны и образцы поведения руководителя. Основные принципы этики делового общения «снизу-вверх», «по горизонтали». Деловая этика и ее специфика (предпринимательство – соревнование интеллектов, допускающее умолчание, хитрости, неожиданные ходы). Обязательность, ответственность и компетентность – главные составляющие деловой этики. Современное состояние российской деловой культуры. Этика бизнеса как социальный регулятор. Этика бизнеса и социальная ответственность. Профессиональная этика. Деловая этика в рекламе. Общие основы и различия в российской и зарубежной этике бизнеса (мотивация благотворительности, патернализм и др.) Национальные особенности этики делового общения. Кросс-культурный анализ и национальные особенности ценностных ориентаций, восприятия и мышления; поведения и характерных тактических приемов при принятии решений.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3

3.	Правовые основы деятельности пресс-служб	<p>Нормативно-правовая основа организации пресс-службы.</p> <p>Основное содержание (типовые рекомендации)</p> <p>Положения о пресс-службе в государственных и негосударственных учреждениях, доступность для граждан информации, представляющей общественный интерес или затрагивающей личные интересы граждан; систематическое информирование граждан о предполагаемых или принятых решениях; осуществление гражданами контроля за деятельностью государственных органов, организаций и предприятий, общественных объединений, должностных лиц и принимаемыми ими решениями, связанными с соблюдением, охраной и защитой прав и законных интересов граждан.</p>	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
4.	Деловое общение с представителями СМИ	<p>Роль брифингов и пресс-конференций в деловом общении с прессой. Общее и особенное в структуре брифинга и пресс-конференции.</p> <p>Подготовка и проведение брифингов и пресс-конференций. Технология моделирования брифинга, пресс-конференции: определение контингента, социального статуса аудитории, предполагаемые вопросы, прогнозирование линии поведения аудитории, наиболее типичные и неординарные ситуации.</p> <p>Требования к выступающему: краткость и содержательность, обоснованность суждений, исключение двусмысленностей и слов с двойным значением, предельная ясность и точность.</p> <p>Независимость ответов от внутреннего эмоционального состояния выступающего, его настроения, предубеждений</p>	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
5.	Невербальные средства в деловом общении	<p>Язык жестов в деловой коммуникации. Средства невербальной коммуникации. Классификация невербальных средств общения. Кинесика – мимика, взгляд, поза, жесты, походка.</p> <p>Просодические и экстралингвистические средства: интонационный строй речи, сила, громкость, тембр голоса, скорость речи, паузы. Адекватное использование личностью такесических средств общения. Зоны общения и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловом взаимодействии.</p> <p>Внешний вид и одежда в деловой коммуникации. Стили в выборе одежды (консервативный, стиль для взаимодействия, творческий). Создание первого впечатления.</p> <p>Самопрезентация. Имидж делового человека.</p> <p>Особенности невербальной коммуникации с представителями различных культур</p>	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3

6.	Деловой протокол и его место в деловом общении	Понятие протокола и его виды (деловой, государственный, национальный, международный, светский и др.). Деловой протокол. Сферы применения и цели освоения норм. История формирования протокола. Современный бизнес-протокол	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
7.	Методология организации деятельности пресс-служб в различных сферах социальной коммуникации	Основные характеристики принципов организации деятельности зарубежных и отечественных пресс-служб. Принципы формирования пресс-службы. Инструменты пресс-секретаря. Технология и правила создания информационного повода. Типы информационного повода. Технологии создания информационного повода в различных условиях деятельности пресс-служб.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
8.	Психологический аспект деятельности пресс-служб	Психологический портрет пресс-секретаря. Основы формирования диалоговой компоненты в процессе взаимодействия со СМИ, общественными организациями, политическими партиями, населением. Специфика делового общения в социокультурной коммуникации. Виды передаваемой информации: побудительная, констатирующая. Вербальная коммуникация. «Убеждающая коммуникация», экспериментальная риторика (искусство убеждать посредством речи).	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
9.	Деловая коммуникация в специфике организаций, предприятий, государственной службы и органов власти	Особенности делового общения в деятельности пресс-секретаря. Социально-психологические основы формирования пресс-службы в различных организациях. Типы позиции коммуникатора: открытая, отстраненная, закрытая. Знаковые системы Принципы: открытости власти перед обществом; равенства; социальной ориентации; законности; системности. Формы деловой коммуникации, коммуникативная акция, законы публичной речи, требования, предъявляемые к человеку, говорящему публично, партитура устного высказывания, деловая этика, деловой этикет; стратегии и тактики убеждения; речевое воздействие.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
10.	Управление конфликтами в деловом общении	Управление конфликтными ситуациями Законы эскалации конфликтогенов Правила бесконфликтного поведения	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3

**Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения**

**Форма обучения: очная, 8 семестр**

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	4	2	0	2	8
2.	8	4	0	4	8
3.	4	2	0	2	8
4.	8	4	0	4	8
5.	4	2	0	2	8
6.	4	2	0	2	8
7.	4	2	0	2	8
8.	8	4	0	4	8
9.	6	4	0	2	8
10.	8	4	0	4	8
	Промежуточная аттестация				
	2	0	0	0	4
	Консультации				
	0	0	0	0	0
<b>Итого</b>	<b>60</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>84</b>

**Форма обучения: очно-заочная, 10 семестр**

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	3	2	0	1	8
2.	6	2	0	4	10
3.	4	2	0	2	8
4.	6	2	0	4	8
5.	6	2	0	4	10
6.	3	2	0	1	8
7.	3	1	0	2	10
8.	5	1	0	4	10
9.	5	1	0	4	10
10.	5	1	0	4	10
	Промежуточная аттестация				
	2	0	0	0	4
	Консультации				
	0	0	0	0	0
<b>Итого</b>	<b>48</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>96</b>

**Форма обучения: заочная, 10 семестр**

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	1	1	0	0	10
2.	2	1	0	1	14

3.	1	0	0	1	10
4.	2	1	0	1	14
5.	1	0	0	1	12
6.	2	1	0	1	10
7.	1	0	0	1	10
8.	2	1	0	1	14
9.	2	1	0	1	14
10.	2	0	0	2	14
	Промежуточная аттестация				
	2	0	0	0	4
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	18	6	0	10	126

## 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе освоения дисциплины студенту необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с методическими материалами, программно-информационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

### Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе студентов. На лекциях студенты получают самые необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного усвоения учебного материала является умение студентов сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

### Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, студенту следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется преподавателем в ходе обсуждения ответов студентов.

### Самостоятельная работа

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки

самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих студентов к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитии им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает студент, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине студенту необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии студенту следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.

## **6. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины**

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств:

- формирование критериев оценивания компетенций;
- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

### **Тест для формирования «ПК-1.1»**

Вопрос №1 .

Деловой стиль взаимодействия партнеров включает:

*Варианты ответов:*

1. Ослабление контроля за социально-статусными и этикетными нормами
2. Признание ценности и значимости поведенческих действий друг друга
3. Умение партнеров адаптировать собственные профессиональные знания к каждой деловой ситуации

Вопрос №2 .

Адресат манипуляции в деловом общении — это:

*Варианты ответов:*

1. Партнер, который может стать жертвой манипуляции
2. Партнер, на которого направлено манипулятивное воздействие
3. Партнер, который использует манипулятивные приемы психологического воздействия

Вопрос №3 .

Кто является ведущим пресс-конференции?

*Варианты ответов:*

1. Ньюсмейкер.
2. Спикер
3. Модератор.



Вопрос №4 .

Какое время является наиболее оптимальным для проведения пресс-конференции?

*Варианты ответов:*

1. 11-14 часов дня.
2. 15-17 часов дня
3. 9-10 часов утра

Вопрос №5 .

«Малый разговор» в деловой коммуникации ведется в рамках:

*Варианты ответов:*

1. Деловых интересов партнеров
2. Личностных, неделовых интересов партнеров
3. Профессиональных интересов партнеров

### **Критерии оценки выполнения задания**

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

### **Выполнение реферата для формирования «ПК-1.2»**

Выполнение реферата по темам:

Пресс-служба как элемент структуры массовой коммуникации в современном обществе

Информационный рынок региона и факторы, влияющие на него

Роль прессы по отношению к власти

Роль власти по отношению к прессе

Основные функции пресс-центра

Особенности взаимоотношений прессы, бизнеса и властных структур в современном обществе

Стратегия трансформации современного информационного пространства

Основные функции информационно-аналитического центра

Виды и способы организации информационного потока из пресс-службы

Варианты организационной структуры пресс-службы

Взаимодействие пресс-службы и СМИ

Характеристика нормативных документов, регламентирующих деятельность пресс-служб

Круг должностных обязанностей, необходимых знаний и умений копирайтера.

Круг должностных обязанностей, необходимых знаний и умений медиа-байера

Этика деятельности сотрудников пресс-служб

Основные принципы взаимодействия пресс-службы со СМИ и общественность

Методы работы с нелояльными средствами массовой организации или фрилансерами

Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ

Методы аналитической работы пресс-службы

Группы общественности и назовите методы определения групп общественности в публичной сфере

Материалы для распространения в прессе по организации новостного повода.

Цели создания и особенности публичности

Действия пресс-службы по созданию «информационного шума».

Особенности информационной компании по позиционированию пиар-объекта.

### **Критерии оценки выполнения задания**

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

### Контрольная работа для формирования «ПК-1.3»

Выполнить контрольную работу на тему (выбрать):

1. Основные понятия связей с общественностью.
2. Общая характеристика коммуникаций.
3. История развития ПР.
4. Службы по связям с общественностью.
5. Требования к специалистам по связям с общественностью.
6. Рекламное законодательство.
7. Кодексы рекламы.
8. Правовые аспекты связей с общественностью.
9. Технологии подготовки и виды ПР-кампаний.
10. Технологии связей с общественностью в политике, бизнесе, социальной сфере.
11. Инструменты ПР: текстовые материалы.
12. Видео - и фотоматериалы в работе ПР-службы.
13. Публичные ПР-выступления.
14. Виды и принципы организации специальных ПР-мероприятий.
15. Этапы подготовки и проведения ПР-кампании и ПР-акций.
16. Формирование корпоративной культуры.
17. Составляющие имиджа организации.
18. Понятие бренда.
19. Технология формирования бренда.

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач

Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

### Тест для формирования «ПК-2.1»

Вопрос №1 . Маркетинг — это...

*Варианты ответов:*

1. искусство продаж
2. предпринимательская деятельность в области сбыта
3. философия ведения бизнеса

Вопрос №2 .

Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть

*Варианты ответов:*

1. реклама
2. стимулирование сбыта
3. обратная связь
4. все перечисленные

Вопрос №3 . Ремаркетинг связан с:

*Варианты ответов:*

1. Снижающимся спросом
2. Возрастающим спросом
3. Чрезмерным спросом

Вопрос №4 .

Согласно теории мотивации Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворить

*Варианты ответов:*

1. потребность в любви
2. потребность в безопасности
3. физиологические потребности
4. потребность в саморазвитии

Вопрос №5 . Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из

*Варианты ответов:*

1. пяти элементов
2. шести элементов
3. девяти элементов
4. трех элементов

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
--------	---------------------

Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

### **Контрольная работа для формирования «ПК-2.2»**

1. Понятие маркетинга
2. Этапы развития маркетинга
3. Маркетинг в России: возникновение, развитие, современное состояние
4. Концепции маркетинга
5. Концепция «Маркетинг – микс»
6. Цели, принципы и функции маркетинга
7. Виды маркетинга
8. Планирование маркетинга
9. Принципы организации маркетинговой деятельности в компании
10. Понятие и классификация маркетинговой среды
11. Рынок: маркетинг и конкуренция
12. Рынок: конкурентоспособность и конкурентное преимущество с позиции маркетинга
13. Макросреда маркетинга
14. Понятие и типология потребностей
15. Типы потребителей
16. Моделирование потребительского / покупательского поведения
17. Факторы, влияющие на поведение индивидуальных покупателей на потребительском рынке
18. Основные теории мотивации потребительского поведения
19. Модель индивидуального потребительского поведения
20. Модель принятия решения о покупке товаров на рынке предприятий
21. Понятие и виды спроса.
22. Факторы и закономерности спроса
23. Консьюмеризм и его значение для маркетинга
24. Основные положения Закона «О защите прав потребителей»
25. Понятие стратегического маркетинга
26. Этапы разработки маркетинговой стратегии компании
27. SWOT - анализ
28. Типология базовых и конкурентных маркетинговых стратегий
29. Матрица Ансоффа.
30. Матрица БКГ
31. Сегментация рынка
32. Позиционирование
33. Операционный маркетинг
34. Понятие товара. Классификация, номенклатура и ассортимент
35. Товарные стратегии. Разработка нового товара
36. Маркетинг жизненного цикла товара

37. Качество и конкурентоспособность
38. Марочный маркетинг.
39. Тестирование товара, марки и упаковки
40. Роль и функции цены
41. Факторы маркетингового ценообразования
42. Ценовые стратегии
43. Методы маркетингового ценообразования
44. Тактические приемы маркетингового ценообразования
45. Функции и этапы сбыта
46. Современные представления об основных факторах успеха нового товара
47. Каналы товародвижения
48. Причины и стратегии выбора посредников
49. Виды посредников
50. Стратегии фирмы по привлечению посредников
51. Франчайзинг
52. Отношения в канале товародвижения
53. Цели маркетинговых коммуникаций
54. Формы коммуникаций в маркетинге (реклама, личные продажи, прямой маркетинг, мерчендайзинг, Direct-mail, Интернет – маркетинг, связи с общественностью – PR).
55. Этапы разработки форм коммуникаций
56. Принципы формирования рекламного бюджета
57. Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций
58. Цели и этапы маркетинговых исследований
59. Система маркетинговой информации
60. Типология маркетинговых исследований

#### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

## Презентация для формирования «ПК-2.3»

Конфликты в деловом общении. Пути их разрешения.

Лидерство и руководство. Стили руководства.

Методы управленческого воздействия.

Особенности национального делового общения.

Профессиональная культура современного делового человека.

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	В презентации не раскрыто содержание представляемой темы; имеются фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки. Не представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем не соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Удовлетворительно	Презентация включает менее 8 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, нечетко определена структура презентации, имеются содержательные, орфографические и стилистические ошибки (более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Хорошо	Презентация включает менее 12 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, имеются незначительные содержательные, орфографические и стилистические ошибки (не более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Отлично	Презентация включает не менее 12 слайдов основной части. В презентации полностью и глубоко раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки, представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении

### Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

*Тема 1. Пресс-служба в контексте исторического развития знаний о личности, обществе, коммуникационных процессах*

1. История развития института пресс-службы на примере зарубежного и отечественного опыта.
2. Характеристика социальных коммуникационных процессов.
3. Государственная служба, пресс-служба, пресс-секретарь, сообщение, коммуникация, социальная коммуникация, диалоговое партнерство, пропаганда, личность, общество, общепринятые стандарты

*Тема 2. Этика деловой коммуникации*

4. Этика делового общения. Виды этических норм и правил.
5. Деловая этика и ее специфика.
6. Обязательность, ответственность, компетентность – главные составляющие деловой этики.
7. Этика бизнеса как социальный регулятор. Профессиональная этика.
8. Национальная специфика этики делового общения.

*Тема 3. Правовые основы деятельности пресс-служб*

9. Основные ФЗ и Положения, обеспечивающие деятельность пресс-служб.
10. Понятийный аппарат по проблемам правового обеспечения пресс-служб.
11. Положение о пресс-службе в структуре Администрации (областного, муниципального) уровня.

*Тема 4. Деловое общение с представителями СМИ*

12. Публичная речь: риторика, воздействие на аудиторию, формулы и приемы логического убеждения и аргументации.
13. Слушание в деловом взаимодействии.
14. Принципы, условия, факторы эффективного слушания.
15. Значение вопросов в устной коммуникации, их классификация, правила формулирования.
16. Техника ответов на вопросы в публичном выступлении

*Тема 5. Невербальные средства в деловом общении*

17. Язык жестов в деловой коммуникации.
18. Средства невербальной коммуникации, их классификация.
19. Внешние проявления эмоциональных состояний. Мимика и взгляд. Поза и жестикация в деловом общении.
20. Паралингвистические особенности невербальной коммуникации.

*Тема 6. Деловой протокол и его место в деловом общении*

21. Деловой протокол. История формирования и сферы применения

*Тема 7. Методология организации деятельности пресс-служб в различных сферах социальной коммуникации*

22. Инструменты пресс-секретаря и принципами формирования пресс-службы.
23. Характеристика технологии и правил создания информационного повода.
24. Формулирование информационного повода на примере организации.
25. Практика теории коммуникативно-диалогового партнерства в сфере деятельности пресс-служб.

*Тема 8. Психологический аспект деятельности пресс-служб*

26. Необходимые черты личности пресс-секретарей.
27. Иерархия взаимоотношений пресс-секретарей с руководством и представителями власти и общественности в процессе передачи информации.
28. Характеристика социально-психологических технологий, применяемых в деятельности пресс-службы при организации общения.

*Тема 9. Деловая коммуникация в специфике организаций, предприятий, государственной службы и органов власти*

29. Материалы пресс-служб государственного и негосударственного сектора экономики
30. Сильные и слабые стороны PR-деятельности.

*Тема 10. Управление конфликтами в деловом общении*

31. Наиболее применяемые технологии делового общения: техники активной антиманипулятивной защиты.
32. Закономерности эскалации конфликтогенов.

**Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины**

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/Незачтено

Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

### 7. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>3. Google Chrome (свободно-распространяемое программное обеспечение)</li> <li>4. Браузер Спутник (свободно-распространяемое программное обеспечение отечественного производства)</li> <li>5. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>6. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение)</li> </ol>
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства)</li> <li>2. <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа)</li> <li>2. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа)</li> <li>3. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа)</li> <li>4. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a> - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"</li> <li>2. <a href="https://openedu.ru">https://openedu.ru</a> - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>



Материально-техническое обеспечение	Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.
-------------------------------------	---

## 8. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
9.1 Основная литература								
9.1.1	Четвертков Н.В.	Современная пресс-служба	Аспект Пресс	2010	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/8975.html">http://www.iprbookshop.ru/8975.html</a>	по логину и паролю
9.1.2	Кузнецова Е.В.	Деловые коммуникации	Вузовское образование	2017	учебно-методическое пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/61079.html">http://www.iprbookshop.ru/61079.html</a>	по логину и паролю
9.1.3	Курганская М.Я.	Деловые коммуникации	Московский гуманитарный университет	2013	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/22455.html">http://www.iprbookshop.ru/22455.html</a>	по логину и паролю
9.2 Дополнительная литература								
9.2.1	Емельянова Е.А.	Деловые коммуникации	Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент	2014	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/72086.html">http://www.iprbookshop.ru/72086.html</a>	по логину и паролю
9.2.2	Круталевиц М.Г. Прытков Р.М. Холодилина Ю.Е. Бурдюгова О.В.	Деловые коммуникации	Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2015	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/61357.html">http://www.iprbookshop.ru/61357.html</a>	по логину и паролю

## 9. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для

обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;
- педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.