

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра журналистики и массовых коммуникаций**

**Авторы-составители: Куличкина Галина Васильевна  
Пономарев Николай Филиппович**

Рабочая программа дисциплины

**ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Код УМК 73179

Утверждено  
Протокол №9  
от «17» июня 2019 г.

Пермь, 2019

## **1. Наименование дисциплины**

Внутрикорпоративные связи с общественностью

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **42.03.01** Реклама и связи с общественностью  
направленность Программа широкого профиля

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Внутрикорпоративные связи с общественностью** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**42.03.01** Реклама и связи с общественностью (направленность : Программа широкого профиля)

**ПК.2** Способен создавать и распространять медиапродукты

**Индикаторы**

**ПК.2.2** Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность: Программа широкого профиля)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	1,2,3
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	6
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	216
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	84
<b>Проведение лекционных занятий</b>	42
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	42
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	132
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (7)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет (1 триместр) Зачет (2 триместр) Экзамен (3 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Внутрикорпоративные связи с общественностью. Первый семестр**

Рассматриваются вопросы: Место отдела связей с общественностью внутри организации.

Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью. Финансирование отдела по связям с общественностью

Мотивация и коммуникация. Цели и задачи отдела внутрикорпоративных связей с общественностью.

Управление информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях с общественностью

### **Управление внутрикорпоративными связями с общественностью**

Рассказывается о месте отдела связей с общественностью в разного масштаба организациях, его значимости в управлении предприятием в сравнении с отделами менеджмента и персонала.

### **Место отдела связей с общественностью внутри организации**

Изучается место отдела внутри организации, его необходимость для коллектива и производственной деятельности.

### **Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью**

Изучается роль и функции отдела связей с общественностью и роль и функции отдельного сотрудника отдела по связям с общественностью.

### **Мотивация и коммуникация**

Исследуются материальные и нематериальные мотивы сотрудников к производственной деятельности и средства коммуникации для управления мотивацией.

### **Цели и задачи отдела внутрикорпоративных связей с общественностью**

исследуются ближние, средние и дальние цели в деятельности отдела по связям с общественностью, их соотношенность с эффективностью работы пиаровской службы.

### **Управление информационно-коммуникационными проектами внутри корпорации**

Управление информационно-коммуникационными проектами внутри организации рассматривается как часть необходимых коммуникаций для повышения производительности труда работников предприятия.

### **Внутрикорпоративные связи с общественностью. Второй семестр**

Второй раздел посвящен формированию корпоративной культуры на предприятии как важной стратегической задачи отдела по внутрикорпоративным связям с общественностью.

### **Корпоративная культура**

Дается определение корпоративной культуры, история формирования понятия и его актуальность на современном этапе пиар-деятельности.

### **Роль корпоративной культуры в организации**

Роль корпоративной культуры в организации рассматривается в контексте культуры общества, этносов, социальных групп, индивидов.

### **Модели корпоративной культуры**

Модели корпоративной культуры рассматриваются на мировом уровне, дается опыт стран США, Европы и Азии.

### **Стиль руководства и корпоративная культура**

Изучаются авторитарный, демократический и либеральный стили управления, дается сравнительная их характеристика.

### **Миссия и видение организации**

Миссия и видение организации изучается в контексте специализации организации, дается лингвистический анализ миссии и видения крупных российских организаций.

### **Кредо и корпоративная философия**

Кредо и философия организации: дается определение понятий, анализируется практика, даются методические рекомендации по написанию соответствующих текстов.

### **История и легенда**

История и легенда предприятия - один из источников формирования имиджа и бренда. Дается анализ легенд и историй российских и региональных предприятий.

### **Внутрикорпоративные связи с общественностью. Третий семестр**

Глава посвящается изучению актуальных технологий связей с общественностью.

### **Раздел 3. Технологии и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью**

Изучаются технологии и инструменты массовой коммуникации. Даются основные понятия. рассматривается актуальность владения технологиями на современном этапе.

### **Система внутрикорпоративной коммуникации**

Внутренняя коммуникация как система обладает разными уровнями и способами коммуникации. Рассматриваются современные коммуникационные системы на предприятиях.

### **Устная коммуникация**

Дается определение устной коммуникации, изучаются ее история и современный потенциал, формы устной коммуникации.

### **Письменная коммуникация**

Изучается история и теория письменной коммуникации, анализируется ее современный потенциал.

### **Игровые технологии**

Игровые технологии осваиваются на практических занятиях. Проводятся деловые и творческие игры.

### **Мультимедийная коммуникация**

Дается определение понятия мультимедиа, общая характеристика интернет-пространства, мультимедийные средства массовой коммуникации.

### **Волонтерство**

Изучается феномен волонтерства в условиях капиталистической системы хозяйствования, формы волонтерской работы, роль отдела связей с общественностью в организации волонтерства.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Василенко, С. В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. 2-е изд. / С. В. Василенко. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 105 с. — ISBN 978-5-394-01662-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/5971>

2. Короткий, С. В. Корпоративное управление : учебное пособие / С. В. Короткий. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 230 с. — ISBN 978-5-4487-0135-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/72357.html>

### Дополнительная:

1. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Колесников. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 167 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/433846>

2. Персикова Т. Н. Корпоративная культура: Учебник/Персикова Т. Н..-Москва:Логос,2012, ISBN 978-5-98704-467-4.-288. <http://www.iprbookshop.ru/14320>



## **9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

<http://ptj.spb.ru> Василенко С. В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом.

<http://kirulanov.com/korporativnaya-kultura-v-sovremennom-biznese/> Корпоративная культура в бизнесе

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Образовательный процесс по дисциплине **Внутрикорпоративные связи с общественностью** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий).

Доступ в режиме on-line в электронную библиотечную систему (ЭБС).

Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для лекционных занятий, занятий семинарского типа, групповой работы и текущего контроля предусматривается аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для самостоятельной работы предусматривается аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными

компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Внутрикорпоративные связи с общественностью**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ПК.2**

**Способен создавать и распространять медиапродукты**

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>ПК.2.2</b> Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Знает маркетинговые технологии. Умеет использовать маркетинговые технологии. Владеет навыками применения эффективных маркетинговых технологий.	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> Не знает маркетинговые технологии. Не умеет использовать маркетинговые технологии. Не владеет навыками применения эффективных маркетинговых технологий. <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> Достаточно знает маркетинговые технологии. Достаточно умеет использовать маркетинговые технологии. Достаточно владеет навыками применения эффективных маркетинговых технологий. <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> На приемлемом уровне знает маркетинговые технологии. На приемлемом уровне умеет использовать маркетинговые технологии. На приемлемом уровне владеет навыками применения эффективных маркетинговых технологий. <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> Досконально знает маркетинговые технологии. Досконально умеет использовать маркетинговые технологии. Досконально владеет навыками применения эффективных маркетинговых технологий.

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : набор 2019

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>Входной контроль</b>	Управление внутрикорпоративными связями с общественностью <b>Входное тестирование</b>	Знания, умения и навыки применения коммуникативных технологий внутри организации
<b>ПК.2.2</b> Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Знания, умения и навыки применения коммуникативных технологий внутри организации
<b>ПК.2.2</b> Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Мотивация и коммуникация <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Знания, умения и навыки применения технологий мотивации внутри организации
<b>ПК.2.2</b> Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Управление информационно-коммуника ционными проектами внутри корпорации <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Знания, умения и навыки управления информационными проектами внутри организации

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Управление внутрикорпоративными связями с общественностью

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
------------------------------	--------------

### **Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Досконально знает роль и функции специалиста по связям с общественностью, умеет быстро и верно опираться на нужную функцию при той или иной коммуникационной ситуации, в совершенстве владеет технологиями функционирования специалиста по связям с общественностью.	30
Знает роль и функции специалиста по связям с общественностью, умеет опираться на нужную функцию при той или иной коммуникационной ситуации, владеет технологиями функционирования специалиста по связям с общественностью.	20
Слабо знает роль и функции специалиста по связям с общественностью, умеет с трудом опираться на нужную функцию при той или иной коммуникационной ситуации, едва владеет технологиями функционирования специалиста по связям с общественностью.	13

### **Мотивация и коммуникация**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Досконально знает основные стимулы повышения мотивации персонала, коммуникационные методы мотивации в управлении корпорацией, умеет использовать нужные коммуникационные технологии в мотивации персонала, уверенно владеет навыками эффективного применения коммуникационных технологий.	30
Знает основные стимулы повышения мотивации персонала, коммуникационные методы мотивации в управлении корпорацией, умеет использовать коммуникационные технологии в мотивации персонала, владеет навыками эффективного применения коммуникационных технологий.	25
Слабо знает основные стимулы повышения мотивации персонала, коммуникационные методы мотивации в управлении корпорацией, с трудом умеет использовать коммуникационные технологии в мотивации персонала, владеет не всеми навыками эффективного применения коммуникационных технологий.	13

### **Управление информационно-коммуникационными проектами внутри корпорации**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
Досконально знаетнает управление коммуникационными проектами в организации, умеет качественно реализовывать коммуникационные проекты в организации, уверенно владеет навыками проектирования коммуникаций в организации.	40
Знает управление коммуникационными проектами в организации, умеет реализовывать коммуникационные проекты в организации, владеет навыками проектирования коммуникаций в организации.	25
Слабо знает управление коммуникационными проектами в организации, умеет с трудом реализовывать коммуникационные проекты в организации, едва владеет навыками проектирования коммуникаций в организации.	17

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

#### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>ПК.2.2</b> Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Модели корпоративной культуры <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Знания, умения и навыки разработки и внедрения корпоративной культуры
<b>ПК.2.2</b> Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Кредо и корпоративная философия <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Знания, умения и навыки анализа и разработки корпоративной философии
<b>ПК.2.2</b> Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	История и легенда <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Знание, умения и навыки разработки и распространения корпоративных историй

#### Спецификация мероприятий текущего контроля

##### Модели корпоративной культуры

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Досконально знает модели корпоративной культуры, умеет в верном направлении разрабатывать и формировать корпоративную культуру, в совершенстве владеет технологиями формирования корпоративной культуры.	30
Знает модели корпоративной культуры, умеет разрабатывать и формировать корпоративную культуру, владеет технологиями формирования корпоративной культуры.	20
Слабо знает модели корпоративной культуры, умеет с трудом разрабатывать и формировать корпоративную культуру, едва владеет технологиями формирования корпоративной культуры.	13

### **Кредо и корпоративная философия**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Досконально знает сущность корпоративной философии, типы корпоративной философии, композиционно- стилистические особенности текста корпоративной философии. Умеет быстро и качественно составлять составлять тексты корпоративной философии и использовать маркетинговые технологии. Уверенно владеет навыками работы с медиатекстами в маркетинговой деятельности.	30
Знает сущность корпоративной философии, типы корпоративной философии, композиционно- стилистические особенности текста корпоративной философии. Умеет составлять составлять тексты корпоративной философии и использовать маркетинговые технологии. Владеет навыками работы с медиатекстами в маркетинговой деятельности.	25
Слабо знает сущность корпоративной философии, типы корпоративной философии, композиционно- стилистические особенности текста корпоративной философии. С трудом умеет составлять составлять тексты корпоративной философии и использовать маркетинговые технологии. Владеет не всеми навыками работы с медиатекстами в маркетинговой деятельности.	13

### **История и легенда**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Знать теоретико-методологические подходы к формированию корпоративной культуры средствами внутрикорпоративных связей с общественностью, уметь различать разные модели корпоративной культуры и стили руководства, уметь формулировать миссию и корпоративную философию организации, создавать контент по истории и легенде	40
Знать теоретико-методологические подходы к формированию корпоративной культуры средствами внутрикорпоративных связей с общественностью, уметь различать разные	30

модели корпоративной культуры и стили руководства.	
Знать теоретико-методологические подходы к формированию корпоративной культуры средствами внутрикорпоративных связей с общественностью, уметь различать разные модели корпоративной культуры и стили руководства	17

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Экзамен

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>ПК.2.2</b> Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Письменная коммуникация <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Знания, умения и навыки разработки и реализации внутрикорпоративных коммуникаций в письменном формате
<b>ПК.2.2</b> Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Игровые технологии <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	Знания, умения и навыки использования игровых технологий внутри организации
<b>ПК.2.2</b> Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Мультимедийная коммуникация <b>Итоговое контрольное мероприятие</b>	Знания, умения и навыки использования мультимедийных медиапродуктов во внутрикорпоративных коммуникациях

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Письменная коммуникация

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Знает основные способы мотивации сотрудников, корпоративные интересы и потребности, цели и задачи отдела внутрикорпоративных связей с общественностью.	30
Знает основные способы мотивации сотрудников, корпоративные интересы и потребности, цели	25



и задачи отдела внутрикорпоративных связей с общественностью, но делает незначительные ошибки теоретического и прикладного характера.	
Знает основные способы мотивации сотрудников, корпоративные интересы и потребности, цели и задачи отдела внутрикорпоративных связей с общественностью, но делает грубые ошибки теоретического и прикладного характера.	13

### **Игровые технологии**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Умеет использовать преимущества стиля руководства для деятельности по внутрикорпоративным связям с общественностью, определять миссию и видение организации, описывать её историю и создавать легенду.	30
Умеет использовать преимущества стиля руководства для деятельности по внутрикорпоративным связям с общественностью, определять миссию и видение организации, описывать её историю и создавать легенду, но делает незначительные ошибки теоретического и прикладного характера.	25
Умеет использовать преимущества стиля руководства для деятельности по внутрикорпоративным связям с общественностью, определять миссию и видение организации, описывать её историю и создавать легенду, но делает грубые ошибки теоретического и прикладного характера.	13

### **Мультимедийная коммуникация**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Владеет игровыми технологиями и умеет применять их на практике, а также инструментами внутрикорпоративных связей с общественностью.	40
Владеет игровыми технологиями и умеет применять их на практике, а также инструментами внутрикорпоративных связей с общественностью, но делает незначительные ошибки теоретического и прикладного характера.	30
Владеет игровыми технологиями и умеет применять их на практике, а также инструментами внутрикорпоративных связей с общественностью, но делает грубые ошибки теоретического и прикладного характера.	17