

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

Направления подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность: Программа широкого профиля)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	1,2,3
Объем дисциплины (з.е.)	6
Объем дисциплины (ак.час.)	216
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	84
Проведение лекционных занятий	42
Проведение практических занятий, семинаров	42
Самостоятельная работа (ак.час.)	132
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (7)
Формы промежуточной аттестации	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 / Т. Н. Персикова. — Москва : Логос, 2012. — 288 с. — ISBN 978-5-98704-467-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <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).

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

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.2.2 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;">Неудовлетворител</p> Не знает маркетинговые технологии. Не умеет использовать маркетинговые технологии. Не владеет навыками применения эффективных маркетинговых технологий. <p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> Достаточно знает маркетинговые технологии. Достаточно умеет использовать маркетинговые технологии. Достаточно владеет навыками применения эффективных маркетинговых технологий. <p style="text-align: center;">Хорошо</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;">Отлично</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
Входной контроль	Управление внутрикорпоративными связями с общественностью Входное тестирование	Знания, умения и навыки применения коммуникативных технологий внутри организации
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью Письменное контрольное мероприятие	Знания, умения и навыки применения коммуникативных технологий внутри организации
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Мотивация и коммуникация Письменное контрольное мероприятие	Знания, умения и навыки применения технологий мотивации внутри организации
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Управление информационно - коммуникационными проектами внутри корпорации Письменное контрольное мероприятие	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**

Показатели оценивания	Баллы
------------------------------	--------------

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**

Показатели оценивания	Баллы
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**

Показатели оценивания	Баллы
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
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Модели корпоративной культуры Письменное контрольное мероприятие	Знания, умения и навыки разработки и внедрения корпоративной культуры
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Кредо и корпоративная философия Письменное контрольное мероприятие	Знания, умения и навыки анализа и разработки корпоративной философии
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	История и легенда Письменное контрольное мероприятие	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**

Показатели оценивания	Баллы
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**

Показатели оценивания	Баллы
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**

Показатели оценивания	Баллы
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	30

средствами внутрикорпоративных связей с общественностью, уметь различать разные 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
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Письменная коммуникация Письменное контрольное мероприятие	Знания, умения и навыки разработки и реализации внутрикорпоративных коммуникаций в письменном формате
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Игровые технологии Защищаемое контрольное мероприятие	Знания, умения и навыки использования игровых технологий внутри организации
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Мультимедийная коммуникация Итоговое контрольное мероприятие	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 и задачи отдела внутрикорпоративных связей с общественностью, но делает незначительные ошибки теоретического и прикладного характера.	25
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**

Показатели оценивания	Баллы
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**

Показатели оценивания	Баллы
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