МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Основы корпоративных технологий» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Павелкина Л.С.

Утверждена на заседании высшей школы телевидения от 06.04.2026 , протокол № 7

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат	1575566011
Номер транзакции	00000000010A5B48
Владелец	Булах С.П.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Цель дисциплины: формирование компетенций, направленных на применение корпоративных ПР-технологий в бизнесе, местном управлении, некоммерческих и негосударственных организациях, учреждениях образования, средствах массовой информации и развитие умений профессионального их использования для достижения взаимовыгодных, согласованных с интересами общества целей.

Задачи освоения дисциплины «Основы корпоративных технологий»:

-приобретение студентами компетенций в области управления корпоративной культурой и нравственной саморегуляции профессиональной деятельности.

- изучить особенности, проблемы и перспективы моделей и технологий развития корпоративной социальной ответственности, а также формы взаимодействия со всеми видами целевыми аудиториями.

Дисциплина направлена на подготовку выпускников, способных понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы деловой этики и корпоративной культуры, владеющих знаниями о технологиях управления корпоративной культурой, этике сферы бизнеса и рекламы, управленческой этике, и умеющих их использовать в практической деятельности.

Основные понятия, термины: интегрированные маркетинговые коммуникации, коммуникативные технологии, корпоративная культура, корпоративная социальная ответственность (КСО), благотворительность, PR, социальная ответственность, социальная эффективность.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)				

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	**Формирование ценностей**	**Целевые ориентиры**
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Воспитание уважения к Конституции и законам Российской Федерации	Гражданственность	Внимательность к деталям

Формирование духовно-нравственных ценностей		
Воспитание экологической культуры и ценностного отношения к окружающей среде	Высокие нравственные идеалы	Гибкость мышления
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие творческих способностей и умения решать нестандартные задачи	Созидательный труд	Дисциплинированность
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать	Достоинство	Креативное мышление

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Междисциплинарные связи в курсе базируются на использовании знаний, полученных студентами в рамках изучения других дисциплин (менеджмент, маркетинг, связи с общественностью, основы журналистики, организационная культура).

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттестации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.В	5	4	55	18	36	0	1	0	89	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	

1	Корпоративные ПР-технологии как вид деятельности.	РД1	2	2	0	10	Разноуровневые задачи, контрольная работа, список вопросов
2	Корпоративные ПР-технологии как функция менеджмента.	РД1	2	2	0	10	Разноуровневые задачи, контрольная работа, список вопросов
3	Внутрикорпоративные технологии	РД1	2	2	0	10	Разноуровневые задачи, контрольная работа, список вопросов
4	ПР-кампания и ее проведение.	РД1	2	2	0	12	Разноуровневые задачи, контрольная работа, список вопросов
5	Корпоративные ПР-технологии в бизнесе.	РД2	2	2	0	11	Разноуровневые задачи, контрольная работа, список вопросов
6	Корпоративные ПР-технологии в маркетинговых коммуникациях компании	РД2	2	2	0	10	Разноуровневые задачи, контрольная работа, список вопросов
7	Взаимоотношение с органами власти различных уровней	РД2	2	2	0	10	Разноуровневые задачи, контрольная работа, список вопросов
8	Отношения со средствами массовой информации	РД3	4	4	0	16	Разноуровневые задачи, контрольная работа, список вопросов
Итого по таблице			**18**	**18**	**0**	**89**	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Корпоративные ПР-технологии как вид деятельности.

Содержание темы: Понятие корпоративных ПР-технологий и их использования.Ценности и нормы как регуляторы поведения человека. Ценности индивидуальные и групповые. Ценности организации.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение дополнительной литературы.

Тема 2 Корпоративные ПР- технологии как функция менеджмента.

Содержание темы: Место и роль кororативных ПР- технологий в системе менеджмента предприятия или организации. Вертикальные и горизонтальные связи.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, тематический подбор материала, мониторинг.

Тема 3 Внутрикорпоративные технологии.

Содержание темы: Понятие внутренней среды организации. Символическая среда. Материальная и нематериальная среда организации. Технологии взаимодействия руководства и персонала. Коммуникационные каналы во внутренней среде.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, обзор, работа в группах.

Тема 4 ПР-кампания и ее проведение.

Содержание темы: Цели и задачи ПР-кампании. Роль имиджа и репутациив в проведении ПР-кампании. Этапы и фазы воздействия ПР-кампании.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, тематический обзор, мониторинг.

Тема 5 Корпоративные ПР-технологии в бизнесе.

Содержание темы: Особенности корпоративных ПР-технологий в сфере бизнеса.Понятие социальной ответственности современного бизнеса как объект акцентирования внимания общества и задача корпоративных ПР-технологий. Меры по реализации Социальных и моральных обязательств компании в рамках корпоративных ПР-технологий.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, мониторинг.

Тема 6 Корпоративные ПР-технологии в маркетинговых коммуникациях компании.

Содержание темы: Роль корпоративных ПР-технологий в маркетинговых комунникациях. ПР-технологии на этапе производства и сбыта. Отношения с потребителями.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, анализ.

Тема 7 Взаимоотношение с органами власти различных уровней.

Содержание темы: Работа с местными органами госуправления и местной общественностью. Лоббирование и его роль в защите интересов компании на законодательном уровне.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, анализ.

Тема 8 Отношения со средствами массовой информации.

Содержание темы: Виды СМИ и принципы организации работы с ними. Общие правила отношений с СМИ. Материалы для прессы и их подготовка. Пресс-релиз и его подготовка. Мероприятия с участием журналистов как способы корпоративных ПР-технологий. Интернет как инструмент корпоративных ПР-технологий.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практика.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, анализ.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Успешное освоение дисциплины предполагает работу в аудитории на лекциях и выполнение исследования практики действующих корпоративных изданий как корпоративной технологии эффективных коммуникаций с целевыми аудиториями. Изучение специфики, принципов функционирования и стратегии создания корпоративного издания поможет расширить профессиональную подготовку бакалавров, специализирующихся в области связей с общественностью и рекламы. Теоретический материал излагается в рамках лекционного курса.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Городищева, А. Н. Государственное и общественное регулирование рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / А. Н. Городищева. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2025. — 80 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/513687 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Кушваха, Х. Н. Введение в специальность Реклама и связи с общественностью : учебное пособие / Х. Н. Кушваха, А. В. Тараненко. — Москва : МАИ, 2024. — 59 с. — ISBN

978-5-00244-967-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/455219 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2 Дополнительная литература

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492969 (дата обращения: 03.05.2023).

2. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность : учебник / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 248 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710072 (дата обращения: 20.05.2026). – Библиогр.: с. 220-221. – ISBN 978-5-394-05430-3. – Текст : электронный.

3. Савинова, О. Н. Связи с общественностью в органах власти и управления : учебно-методическое пособие / О. Н. Савинова, К. А. Болдина. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2025. — 51 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/507789 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
3. Электронно-библиотечная система "УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН"
4. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
5. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/
6. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: http://www.consultant.ru/

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Видеокамера Sony PXW-X200
- Видеосервер Premium Server
- Вспышка Nissin Di-866 Mark For Canon
- Графическая станция Premium G5000B
- Графическая станция:процессор Intel Core i7-4770, опер. память 4*4Gb Kingston Hyper-X, жесткий диск Western Digital 4Tb,монитор NEC MultiSync PA242W, мышь проводн. лазерн. Logitech M318 (1000dpi USB, клавиатура проводн. Logitech K120 USB
- Держатель для микрофона
- Камкордер HD JVC GY-HM66OE
- Колонки Sven Stream Light

- Комкордер Sony PMW-200
- Комплект операторского света L600 с диммерами и шторками
- Комплект студийного света Logocan Studio Kit-5000/8 Alpha Plus
- Микрофон Rode VideoMic Pru
- Микрофон Shure PG42USB
- Микрофон Sony ECM-MS2
- Микрофонная петличка Sennheiser EW 112 G3
- Мультимедийный комплект №2 в составе:проектор Casio XJ-M146,экран 180*180,крепление потолочное
- Наушники Sennheiser HD 215
- Наушники Sony MDR 7506
- Объектив Canon EF 24-105 mm
- Объектив Canon EF 28mm/1.8 USM
- Объектив Canon EF 50mm
- П/К:С/бл IRU Corp, прцессор Intel Core, мат/пл intel Soc-GA1156, опер/память NCP DDR3, Видео intel HDA, Жесткий дискSeagate ST320DM000, Оптич. прив. Lite-On IHAS124, корпусIRU Corp ATX, блок.пит.LinkW
- Персональный компьютер Premium
- Петличный радиомикрофон Rode Lavalier
- Пылесос LG-V-K70601NU
- Свет LOWEL
- Станция видеомонтажа iRU Corp717TWR/сист.блок iRU Corp717/монитор LG25UM58-P/клавиатура/мышь
- Стедикам Glidecam HD-2000
- Стойка для микрофона
- Файловый сервер Premium Server
- Фотоаппарат Canon EOS-70D Body
- Штатив Libec TH-650DV
- Штативная система Acebil P-350GX

Программное обеспечение:

- Microsoft Windows 10 Professional RUS Upgrd
- Mozilla Firefox Russian

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)		

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : Функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникативного проекта по рекламе и связям с общественностью	1.1. Корпоративные ПР-технологии как вид деятельности.	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.2. Корпоративные ПР-технологии как функция менеджмента.	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.3. Внутрикорпоративные технологии	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.4. ПР-кампания и ее проведение.	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РД2	Умение : Осуществлять тактическое планирован	1.5. Корпоративные ПР-технологии в бизнесе.	Контрольная работа	Список вопросов

	ие мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.		Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.6. Корпоративные ПР-технологии в маркетинговых коммуникациях компании	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.7. Взаимоотношение с органами власти различных уровней	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РД3	Навык : Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.зации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	1.8. Отношения со средствами массовой информации	Контрольная работа	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять творческие задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неу	Дисциплинарные компетенции не формированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

	довлетвор ительно»	

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Пример задания. Подготовка пресс-релиза.

1. Выделение социально-значимой информации в рамках предложенной темы;
2. Выделение информационного повода;
3. Написание лида;
4. Написание основной части пресс-релиза, насыщение ее атрибуцией;
5. Написание бэкграунда;
6. Оформление пресс-релиза как официального документа.

Краткие методические указания

Студенту необходимо заранее познакомиться с примерами пресс-релизов доступных в сети Интернет. На занятии каждый студент получает подборку информации по теме планируемого пресс-релиза. Данное задание ставит целью не столько проверить знание правил написания и оформления пресс-релиза, сколько научить составлять этот документ. Поэтому готовность и участие в процессе обсуждения оцениваются 10 баллами.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	10 балла	Знание правил, развитые умения.
2.	5 баллов	Знание правил, слабые умения.
3.	0 баллов	Незнание правил, отсутствие умения.

5.2 Экзаменационные вопросы

Анализ корпоративного издания.

План анализа

1. Форма корпоративного издания

- газета
- журнал
- радио
- Интернет-сайт

2. Какое подразделение компании занимается выпуском корпоративного издания?

3. Аудитория

- сотрудники
- клиенты
- партнеры
- смешанная.

4. Зарегистрировано ли издание в государственных органах

5. Сколько времени существует на рынке

- более 5 лет
- менее 5 лет
- менее 1 года.

6. Тираж издания

- не более 1000 экземпляров
- от 2001 до 5000
- от 5000 до 10 тыс. экземпляров.
- более 10 тыс. экз.

7. Отличается ли реальный и номинальный тираж

- да
- нет

8. Формат издания

- А3
- А4
- А5

9. Периодичность выхода корпоративного СМИ –

- раз в неделю
- раз в месяц.
- раз в два месяца
- от случая к случаю.

10. Как распространяется

- платно
- бесплатно

11. Постоянные рубрики

_____
_____
_____
_____
_____

12. Как представляется официальная информация

- в виде распоряжений и приказов,
- в виде байлайнеров или имиджевых интервью

13. Какие функции выполняет КИ

- Идеологическая (функция формирования корпоративной культуры),
- информационная
- обеспечение обратной связи,
- аналитическая,
- интеграционная,
- организационно-агитационная,
- имиджевая,
- образовательная (просветительская),
- развлекательная

14. Какие задачи выполняет корпоративное издание?

15. Какие формы обратной связи предусмотрены в издании?

16. Какие рубрики рассчитаны на отражение мнения руководства, а какие – мнения сотрудников?

Краткие методические указания

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала по теме, усвоение основной учебной и дополнительной литературы, рекомендованной программой, свободно оперирует понятиями и научными категориями при обсуждении теоретических вопросов, глубоко понимает закономерности развития анализируемой сферы.
2.	4 балла	Студент демонстрирует знание темы на среднем уровне, знание основных положений учебника и дополнительных материалов, допускает незначительные ошибки, неточности при аналитических операциях, изредка ошибается в понимании содержания категорий, хорошо анализирует предлагаемый для мыслительной деятельности материал, приводит собственные примеры для иллюстрации понимания
33.	3 балла	Студент демонстрирует очень общее усвоение знаний по теме, допускает значительные ошибки при аналитических операциях, проявляет наличие отдельных отрывочных знаний по теме, испытывает значительные трудности при оперировании точными понятиями и категориями..
4.		Студент демонстрирует отрывочные, бессистемные знания, проявляет отсутствие логики в ответе, отсутствие знаний материала учебников, либо демонстрирует полное отсутствие знаний по теме.