


АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета экономико-правового и
психолого-педагогического образования
/ О.Е. Баланчук
Протокол заседания Совета факультета
экономико-правового и психолого-
педагогического образования
№ 14 от 09.09.2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по учебной дисциплине	PR и GR менеджмент
образовательная программа	(наименование) 38.03.02 Менеджмент. Управление бизнесом и маркетинг
форма обучения	очно-заочная

Йошкар-Ола, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Структура учебной дисциплины для очно-заочной формы обучения	5
3. Содержание учебной дисциплины.....	6
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	13
5. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины	13
6. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины	15
Приложение к РПУД.....	19

1. Пояснительная записка

Цель изучения учебной дисциплины:

Цель – приобретение теоретических и практических аспектов такого вида взаимодействия государственных органов власти и бизнеса, как GR-менеджмент (Government relation management); понимание важности PR-менеджмента, от которого напрямую зависит имидж корпорации перед органами власти.

Место учебной дисциплины в учебном плане:

Учебная дисциплина «PR и GR менеджмент» относится к дисциплинам по выбору модуля взаимодействие с контактными аудиториями учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Управление бизнесом и маркетинг.

Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-3: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы и управлять маркетинговой службой организации с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-3.1: Разрабатывает и обосновывает маркетинговые программы и их компоненты, направленные на достижение целей развития организации	Знать: теоретические основы организации PR и GR деятельности. Уметь: разрабатывать PR и GR деятельность, направленную на выстраивание эффективных отношений между государственными органами власти и бизнесом. Владеть: навыками разработки PR и GR деятельности.
	ПК-3.2: Реализует маркетинговые программы и их компоненты с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знать: методику реализации PR и GR деятельности. Уметь: реализовывать PR и GR деятельность. Владеть: навыками реализации PR и GR деятельности.
	ПК-3.3: Определяет эффективность маркетинговых программ и влияние их реализации на показатели деятельности организации и достижение поставленных целей	Знать: основные методики оценки эффективности деятельности по связям с общественностью и GR деятельности. Уметь: определять эффективность деятельности по связям с общественностью и GR деятельности; степень достижения поставленных целей. Владеть: навыками оценки

		эффективности деятельности по связям с общественностью и GR деятельности.
--	--	---

Формы текущего контроля успеваемости обучающихся: устный опрос, практические задания, тестовые задания, реферат, доклад.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

2. Структура учебной дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоёмкость учебной дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 42 ч., промежуточная аттестация 27 ч., самостоятельная работа обучающихся 75 ч., 9 семестр.

№ п/п	Раздел учебной дисциплины/темы	Всего	Виды учебной работы (в часах)				
			Контактная			Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа
			Лекции	Семинар/ Практические занятия/курсовая работа	Лабораторные занятия		
1.	Тема 1. Связи с общественностью как отрасль знания	12	2	2	-	-	8
2.	Тема 2. Проектирование PR-компаний. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью	12	2	2	-	-	8
3.	Тема3. Теоретические основы GR-менеджмента	9	2	2	-	-	5
4.	Тема 4. GR и лоббизм: теория и практика	14	2	4	-	-	8
5.	Тема 5. Планирование GR-кампаний	14	2	4	-	-	8
6.	Тема 6. Современные GR-технологии	12	2	2	-	-	8
7.	Тема 7. Современные формы организации работы GR-служб	14	2	4	-	-	8
8.	Тема 8. Специфика работы GR – подразделений в крупных корпорациях и ТНК	12	2	2	-	-	8
9.	Тема 9. Особенности ведения GR в административно-исполнительных и представительных-законодательных органах	12	2	2			8
10.	Тема 10. GR в России и за рубежом	6	-	-	-	-	6
	экзамен	27	-	-	-	27	-
	итого:	144	18	24	-	27	75

3. Содержание учебной дисциплины

№	Наименование раздела учебной дисциплины /темы	Содержание
1	Тема 1. Связи с общественностью как отрасль знания	<p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие Связи с общественностью: сущность, основные понятия. Общетеоретические вопросы связей с общественностью. Взаимодействие их с властными и общественными структурами. Принципы и функции связей с общественностью.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие Предпосылки и основные этапы формирования связей с общественностью. Роль и место PR в маркетинговой деятельности предприятия. Задачи специалиста по связям с общественностью. Творческая и техническая стороны организации работы специалиста.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы 1. Подготовка к аудиторным занятиям: Предпосылки и основные этапы формирования связей с общественностью, их особенности: «Эра манипулирования». «Эра информирования»/Жаренных фактов». «Эры убеждения». Принципы организации и функционирования связей с общественностью: принцип социальной ориентации, принцип открытого информирования, принцип обратной связи, принцип научной обоснованности. Функции связей с общественностью: внешние и внутренние. Корпоративная культура как внутренний уровень работы с общественностью. Модели коммуникации Дж. Груша У Т. Ханша. 2. Подготовка докладов/рефератов.</p>
2	Тема 2. Проектирование PR-компаний. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью	<p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие Проектирование PR-компаний. Типовые задачи PR. Качественные уровни PR. Композиции акций PR. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие Стандартные формы PR для формирования имиджа. Формирование положительного имиджа компании в обществе. Проведение PR-мероприятий с органами власти. Работа со СМИ. Освещение в СМИ некоторых сторон сотрудничества с государственными органами.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы 1. Подготовка к аудиторным занятиям: Связи с общественностью и работа со СМИ в</p>

		<p>корпоративном бизнесе.</p> <p>2. Изучение теоретического материала: Зависимость имиджа фирм от информационной политики, которая основывается на реальных проектах и приоритетах государства. PR-деятельность в Интернете. Креативные технологии в связях с общественностью. Понятие креатива и креативных технологий в связях с общественностью. Инерция мышления. Способы снижения Инерции мышления. Креативные техники генерации идей.</p> <p>3. Подготовка докладов/рефератов.</p>
3	Тема3. Теоретические основы GR-менеджмента	<p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие GR-менеджмент: сущность, содержание, функции, тенденции и перспективы развития.</p>
		<p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие GR-коммуникации. Этапы разработки общей GR-стратегии организации. Инструменты GR.</p>
		<p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы 1. Подготовка к аудиторным занятиям: Понятие, сущность и функции GR-менеджмента. 2. Подготовка докладов/рефератов.</p>
4	Тема 4. GR и лоббизм: теория и практика	<p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие Government Relations (GR). Роль GR в социально-экономическом и управленческом процессе. GR в комплексе социально-политических коммуникаций и информационных потоков. GR-менеджмент корпораций как совокупность форм и методов ее поведения в социально-политическом окружении, способов влияния на центры принятия и реализации политических, законодательных и административных решений. Тенденции развития GR. GR-анализ. GR-проектирование. Группы интересов. Типы представительства интересов: плюрализм, корпоративизм, лоббизм. Политический интерес и лоббизм. Прямое политическое участие и политическое представительство.</p>
		<p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие <i>Сущность, цели и задачи связей негосударственного сектора с органами государственной власти.</i> Коммерческие организации и некоммерческие союзы (ассоциации), граждане и их объединения, члены научно-экспертных советов при органах власти, общественные палаты и др. Назначение и цели лоббистской деятельности: доведение представляемого интереса до сведения органа публичной власти, отражение интереса в индивидуальном акте этого органа, принятие законопроекта и т.д. Профессиональные лоббисты.</p>

		<p><i>Роль и значение ассоциаций бизнеса в современной России. Система управления группами интересов. Федеральные и региональные ассоциации бизнеса. Общие и отраслевые ассоциации бизнеса. Российский союз промышленников и предпринимателей. «Деловая Россия». «ОПОРА России». Торгово-промышленная палата Российской Федерации.</i></p> <p>Проблемы организации «государственно-частного партнерства» в современной России.</p> <p>Понятие и теория государственно-частного партнёрства. Теоретические основы ГЧП. Концепция и понятийный аппарат. Формы ГЧП. Механизм ГЧП. Нормативное регулирование в ГЧП. Проектное финансирование в ГЧП. Гарантии и риски в рамках ГЧП. Мировой опыт ГЧП. Реализация проектов ГЧП в РФ. Опыт ГЧП в различных сферах. ГЧП в социальной сфере.</p> <p>Социальная ответственность бизнеса и «корпоративное гражданство». Место и роль государственных и общественных институтов в системе лоббирования. Взаимосвязь между политическим руководством, административным регулированием и партийным влиянием, корпоративным давлением и гражданским участием. Основные компоненты принятия государственных решений. Типы государственных актов. Влияние окружения на эффективность и результативность деятельности компании.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы</p> <p>1. Подготовка к аудиторным занятиям: GR и лоббизм: сравнение понятий.</p> <p>2. Изучение теоретического материала: Понятие «лоббизм». Этимология понятия «лоббизм». Современные определения понятия лоббизма. Политический смысл лоббизма. Основные виды лоббистской деятельности. Разновидности лоббизма: экономический, политический, социокультурный. Признаки цивилизованного лоббизма. Лоббизм как профессия. Проблемы институционализации и профессионализации лоббизма. Основные функции политического лоббизма. Позитивные» и «негативные» стороны лоббизма. Политическая власть и политический лоббизм: специфика взаимодействия.</p> <p>3. Подготовка докладов/рефератов.</p>
5	<p>Тема 5. Планирование GR-кампаний</p>	<p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие</p> <p>Проведение отдельных политических кампаний во внешней среде корпоративного управления и их роль в стратегии и тактике GR-менеджмента. Стратегические программы и тактические планы. Долгосрочные GR-стратегии. Разработка концептуальных проектов и рабочих планов проведения GR-кампаний. Рабочий план проведения кампаний: этапы, направления и</p>

		<p>мероприятия, ресурсы и участники, сроки и исполнители, адресные группы и точки доступа. Организационная работа по проведению GR-кампаний. Анализ результатов проведения GR-кампаний, контроль реализации стратегии.</p>
		<p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие GR-менеджмент корпорации как реализация совокупности форм и методов воздействия в социально-политическом макроокружении, способов влияния на центры принятия и реализации политических и административно-государственных решений. GR-менеджмент как специфическое направление разработки технологий политического управления. Реализация GR-технологий воздействия на принятие государственных решений. Технологии коммуникативного менеджмента и интегрированной коммуникации. PR-сопровождение и юридическое обеспечение. Агитационная работа и связь со СМИ. Технологии «организации событий». Взаимодействие с влиятельными группами и организациями.</p>
		<p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы 1. Подготовка к аудиторным занятиям: Разработка концептуальных проектов и рабочих планов проведения GR-кампаний. Необходимость GR. Типология GR. Работа специалиста по GR. 2. Изучение теоретического материала: Лоббирование как комплекс технологий воздействия частной корпорации на публичные органы власти. Роль тактики лоббистской деятельности и GR-технологий в реализации стратегии GR- менеджмента. Соотношение стратегической и оперативно-тактической деятельности. Тактика лоббирования как совокупность форм и методов давления на ЛПР (лицо, принимающее решение) и ЦПР (центры принятия решений). 3. Подготовка докладов/рефератов.</p>
<p>6</p>	<p>Тема 6. Современные GR-технологии</p>	<p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие Прикладной GR-анализ. GR-проектирование. GR-технологии и реализация совместных проектов в рамках государственно-частного партнерства.</p>
		<p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие Специфика управленческих процессов и циклов принятия стратегических решений в государственных и корпоративных организациях. Прикладной анализ внешней среды бизнеса. GR- проектирование: разработка планов компаний, проектов нормативных актов, совместных программ и соглашений.</p>
		<p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы</p>

		<p>1. Подготовка к аудиторным занятиям: Прикладной GR-анализ внешней среды бизнеса. Определение миссии и выбор стратегии. Компоненты базовой модели политической ситуации для анализа проблем корпоративного клиента: пространственно-временной континуум; нормы (правила игры); факторы; позиции и диспозиции акторов; их ресурсы и потенциал; стратегии акторов; тактические акции и интеракции. Баланс и дисбаланс политических сил в анализе преодолеваемой проблемной ситуации.</p> <p>GR-проектирование: разработка планов кампаний, проектов нормативных актов, совместных программ и соглашений с другими «стейкхолдерами». GR-менеджмент корпорации как реализация совокупности форм и методов воздействия в социально-политическом макрокружении, способов влияния на центры принятия и реализации политических и административно-государственных решений.</p> <p>2. Изучение теоретического материала: Разработка современных GR-технологий в крупных корпорациях и ТНК (транснациональная компания), консалтинговых фирмах, НКО (некоммерческая организация) и деловых ассоциациях.</p> <p>3. Подготовка докладов/рефератов.</p>
7	<p>Тема 7. Современные формы организации работы GR-служб</p>	<p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие</p> <p>Основные формы организации GR-работы: внутреннее специализированное подразделение; аутсорсинговые GR-фирмы; GR-службы профессиональных ассоциаций; персональные возможности топ-менеджеров. Использование персональных ресурсов и личных связей руководителей компаний. Кооперация отраслевых фирм при GR-работе профессиональной ассоциации. Специфика GR в РСПП.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие</p> <p>Консультирование в аутсорсинговой GR-фирме как форма экспертной деятельности. Основные функции и задачи политического консультирования. Передача в аутсорсинг непрофильных, вспомогательных функций системы Government Relations: аналитики ключевых стейкхолдеров и мониторинга изменений в законодательстве, управления проблемными вопросами (issue management) и т.д. Видение экспертом картины в целом. Выбор целей и фокусирование мишеней. Дистанция между консультантом и клиентом. Правило малых шагов. Правило здравого смысла. Роль конфиденциальности в консалтинге. Типы и направления GR-консультирования. Нормативное и проблемное консультирование. Консультирование проектов и процессов. Консалтинг через обучение. Различия между «дженералистами» и «специалистами» в консалтинге.</p>

		<p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы</p> <p>1. Подготовка к аудиторным занятиям: Современные формы организации работы GR-служб. Основные формы организации GR-работы: внутреннее специализированное подразделение, аутсорсинговые GR-фирмы. Консультирование в аутсорсинговой фирме как форма экспертной деятельности. Основные функции и задачи политического консультирования. Роль конфиденциальности в консалтинге. Типы и направления GR-консультирования. Отделы PR в государственных организациях. Требования, предъявляемые к GR-менеджерам.</p> <p>2. Изучение теоретического материала: Работа PR и GR-менеджеров в «первом», «втором» и «третьем» секторах. Отделы PR в государственных организациях. Сущность «публик рилейшнз» в государственном управлении. Ограничения PR в деятельности государства. Деятельность PR-отделов в системе государственного управления. Функции и структура PR-отделов. Информационные технологии в деятельности PR-отделов.</p> <p>3. Подготовка докладов/рефератов.</p>
8	<p>Тема 8. Специфика работы GR – подразделений в крупных корпорациях и ТНК</p>	<p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие</p> <p>Особенности GR-работы в крупной российской корпорации. Переговорные площадки бизнеса и государства: консультативно-совещательные советы при государственных органах, федеральные, отраслевые ассоциации, региональные клубы, рабочие встречи, конференции, форумы, совещания.</p> <hr/> <p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие</p> <p>Специфика GR – работы в ТНК. Формы и методы международного лоббирования. Использование международного опыта и технологий лоббирования.</p> <hr/> <p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы</p> <p>1. Подготовка к аудиторным занятиям: Специфика работы GR – подразделений в крупных корпорациях и ТНК.</p> <p>2. Изучение теоретического материала: Механизмы лоббистских практик: прямой и косвенный, внутренний лоббизм. Факторы, определяющие эффективность лоббистской деятельности в ТЭЖе. Стратегии транснациональных корпорации (ТНК) и транснациональные банков (ТНБ) в современной мировой и национально-государственной политике. Противоречия между стратегиями государства и ТНК в рамках мировой и национальной экономики. Работа с новым российским типом внешнеполитических акторов и способов продвижения их интересов на внешних рынках.</p>

9	<p>Тема 9. Особенности ведения GR в административно-исполнительных и представительных законодательных органах</p>	<p>3. Подготовка докладов/рефератов.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие Особенности ведения GR работы для корпоративных и предпринимательских структур в различных государственных органах. Парламентская и бюрократическая культуры. Особенности регламентов и процедур.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие Лоббирование и взаимодействие с государственными органами. Понятие лоббирование и взаимодействие с государством. Различия в понятиях связи с общественностью и связи с государством. Формальные и неформальные структуры организации в ходе лоббирования и GR. Взаимодействие различных государственных органов власти и управления с отдельными корпорациями национального крупного и среднего бизнеса, с подразделениями и представителями транснациональных корпораций. Элитные группы в процессе взаимодействия бизнеса и власти. Основные элитные группы в России. Ведомственные группы интересов. Региональные группы интересов. Сетевые методы анализа лоббистской деятельности.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы 1. Подготовка к аудиторным занятиям: GR-деятельность в органах исполнительной власти. Лоббирование и GR в законодательном процессе. 2. Изучение теоретического материала: Лоббирование на федеральном, региональном и местном уровнях. Бюджетный лоббизм. Процесс политического консультирования в GR-службе: основные стадии и организационные компоненты. Рекомендации к выработке и продвижению варианта решения частной корпорацией. 3. Подготовка докладов/рефератов.</p>
10	<p>Тема 10. GR в России и за рубежом</p>	<p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы 1. Изучение теоретического материала: Особенности лоббирования в исполнительных и представительных органах власти в современной России и за рубежом. Основные формы и методы лоббирования. 2. Подготовка докладов/рефератов.</p>

Распределение трудоемкости СРС при изучении учебной дисциплины

Вид самостоятельной работы	Трудоемкость (час)
Подготовка к экзамену	19
Проработка конспекта лекций	12
Подготовка к практическим (семинарским) занятиям	14

Проработка учебного материала	16
Написание докладов/рефератов	14

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 268 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686477> (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

2. Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 163 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134> (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

Дополнительная литература

1. Рубин, Ю. Б. Управление собственным бизнесом : учебник : [16+] / Ю. Б. Рубин. – 17-е изд., доп. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 1104 с. : ил. – (Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602851> (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408> (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

3. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 538 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499> (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

5. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Материально-техническую базу для проведения лекционных и практических занятий по учебной дисциплине составляют:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 424007, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Прохорова, д.28, каб. №215	Основное учебное оборудование: специализированная мебель (учебные парты, стулья, стол преподавателя, учебная доска). Технические средства обучения: переносной ноутбук, мультимедийный проектор, экран.	СПС «Консультант Плюс», СПС «Гарант» (договор о сотрудничестве от 23.09.2013 г. с ЗАО «Компьютерные технологии» (ПС Гарант)), регистрационный лист зарегистрированного пользователя ЭПС «Система ГАРАНТ» от 16.02.2012 г. №12-40272-000944; договоры с ООО «КонсультантПлюс Марий Эл» №2017-СВ-4 от 28.12.2016 г., Windows 10 Education, Windows 8, Windows 7 Professional (Microsoft Open License), Office Standart 2007, 2010 (Microsoft Open

		License), Office Professional Plus 2016 (Microsoft Open License), Kaspersky Endpoint Security (Лицензия №17E0-171117-092646-487-711, договор №Tr000171440 от 17.07.2017 г.).
<p>Помещение для самостоятельной работы 424007, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Прохорова, д.28, каб.302</p>	<p>Основное учебное оборудование: специализированная мебель (учебные парты, стулья, стол преподавателя, учебная доска). Технические средства обучения: автоматизированные рабочие места, с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационную образовательную среду организации</p>	<p>СПС «Консультант Плюс», СПС «Гарант» (договор о сотрудничестве от 23.09.2013 г. с ЗАО «Компьютерные технологии» (ПС Гарант)), регистрационный лист зарегистрированного пользователя ЭПС «Система ГАРАНТ» от 16.02.2012 г. №12-40272-000944; договоры с ООО «КонсультантПлюс Марий Эл» №2017-СВ-4 от 28.12.2016 г. Windows 7 Professional (Microsoft Open License). Sys Ctr Endpoint Protection ALNG Subscriptions VL OLVS E 1Month AcademicEdition Enterprise Per User (Сублиц. договор № Tr000171440 17.07.2017). Office Prosessional 2010 (Microsoft Open License). Архиватор 7-zip (GNU LGPL). Adobe Acrobat Reader DC (Бесплатное ПО). Adobe Flash Player (Бесплатное ПО).</p>

6. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Методические указания для обучающихся с целью подготовки к лекционным занятиям

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные для понимания темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

В ходе лекционных занятий необходимо:

– вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации.

– желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций;

– дорабатывать конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой – в ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы.

Методические указания для подготовки к практическим (семинарским) занятиям

Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо обратить внимание на конспект лекций, разделы учебников и учебных пособий, которые способствуют общему представлению о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам. Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа:

- 1й этап - организационный;
- 2й этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе обучающийся планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания, выданного на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку обучающегося к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная её часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического применения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы обучающийся должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении

полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Готовясь к консультации, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Ввиду трудоемкости подготовки к семинару следует продумать алгоритм действий, еще раз внимательно прочитать записи лекций и уже готовый конспект по теме семинара, тщательно продумать свое устное выступление.

Записи имеют первостепенное значение для подготовки к семинарским работы обучающихся. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения и проследить их логику. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у обучающегося, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе. Важно развивать умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования. Преподаватель может рекомендовать обучающимся следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План - это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект - это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект - это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект - это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Необходимо следить, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускать и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного.

Выступления других обучающихся необходимо внимательно и критически слушать, подмечать особенное в суждениях обучающихся, улавливать недостатки и ошибки. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную выступающим. Изучение обучающимися фактического материала по теме практического занятия должно осуществляться заблаговременно. Под фактическим материалом следует понимать специальную литературу по теме занятия, систему нормативных правовых актов, а также арбитражную практику по рассматриваемым проблемам. Особое внимание следует обратить на дискуссионные теоретические вопросы в системе изучаемого вопроса: изучить различные точки зрения ведущих ученых, обозначить противоречия современного законодательства.

Для систематизации основных положений по теме занятия рекомендуется составление конспектов.

При этом следует обратить внимание на:

- составление списка нормативных правовых актов и учебной и научной литературы по изучаемой теме;
- изучение и анализ выбранных источников;
- изучение и анализ арбитражной практики по данной теме, представленной в информационно - справочных правовых электронных системах и др.;
- выполнение предусмотренных программой заданий в соответствии с тематическим планом;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на консультациях;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов, написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности обучающихся по изучаемой дисциплине.

Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины в ходе самостоятельной работы

Методика организации самостоятельной работы обучающихся зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, объема часов на ее изучение, вида заданий для самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных особенностей обучающихся и условий учебной деятельности.

При этом преподаватель назначает обучающимся варианты выполнения самостоятельной работы, осуществляет систематический контроль выполнения обучающимися графика самостоятельной работы, проводит анализ и дает оценку выполненной работы.

Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Обучающийся может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании контрольных (РГР), курсовых и выпускных квалификационных работ.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа обучающихся в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций, выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;
- выступления с докладами, сообщениями на семинарских занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в беседах, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;

- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время может состоять из:

- повторение лекционного материала;
- подготовки к семинарам (практическим занятиям);
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки к семинарам устных докладов (сообщений);
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов;
- написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.
- подготовки к семинарам устных докладов (сообщений);
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- выполнения выпускных квалификационных работ и др.

АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт»

**Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

по дисциплине	PR и GR менеджмент
	(наименование)
образовательная программа	38.03.02 Менеджмент. Управление бизнесом и маркетинг

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций. Описание показателей оценивания компетенций	21
2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе освоения образовательной программы, критерии оценивания.....	23
3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	36

1. Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций. Описание показателей оценивания компетенций

В процессе освоения образовательной программы обучающиеся осваивают компетенции указанные в федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования, сопоставленные с видами деятельности. Освоение компетенций происходит поэтапно через последовательное изучение учебных дисциплин, практик, подготовки ВКР и других видов работ, предусмотренных учебным планом АНО ВО МОСИ.

№ п/п	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства представление в ФОС
1	<p>ПК-3: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы и управлять маркетинговой службой организации с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПК-3.1: Разрабатывает и обосновывает маркетинговые программы и их компоненты, направленные на достижение целей развития организации</p>	<p>Знать: теоретические основы организации PR и GR деятельности. Уметь: разрабатывать PR и GR деятельность, направленную на выстраивание эффективных отношений между государственными органами власти и бизнесом. Владеть: навыками разработки PR и GR деятельности.</p>	<p>Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы докладов/рефератов Перечень теоретических вопросов и тестовых заданий к экзамену</p>
		<p>ПК-3.2: Реализует маркетинговые программы и их компоненты с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знать: методику реализации PR и GR деятельности. Уметь: реализовывать PR и GR деятельность. Владеть: навыками реализации PR и GR деятельности.</p>	<p>Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы докладов/рефератов Перечень теоретических вопросов и тестовых заданий к экзамену</p>

		<p>ПК-3.3: Определяет эффективность маркетинговых программ и влияние их реализации на показатели деятельности организации и достижение поставленных целей</p>	<p>Знать: основные методики оценки эффективности деятельности по связям с общественностью и GR деятельности.</p> <p>Уметь: определять эффективность деятельности по связям с общественностью и GR деятельности; степень достижения поставленных целей.</p> <p>Владеть: навыками оценки эффективности деятельности по связям с общественностью и GR деятельности.</p>	<p>Вопросы для устного опроса</p> <p>Практические задания</p> <p>Тестовые задания</p> <p>Темы докладов/рефератов</p> <p>Перечень теоретических вопросов и тестовых заданий к экзамену</p>
--	--	--	---	---

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе освоения образовательной программы, критерии оценивания

Текущая аттестация по дисциплине «PR и GR менеджмент»

Обучающиеся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Управление бизнесом и маркетинг проходят текущую аттестацию в 9 семестре.

Оценочные средства текущего контроля:

- устный опрос,
- практические задания,
- тестовые задания,
- реферат,
- доклад.

Основные виды оценочных средств по темам представлены в таблице

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции/ Индикаторы достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1.	Тема 1. Связи с общественностью как отрасль знания	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы реферата и доклада
2.	Тема 2. Проектирование PR-компаний. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы реферата и доклада
3.	Тема 3. Теоретические основы GR-менеджмента	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы реферата и доклада
4.	Тема 4. GR и лоббизм: теория и практика	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы реферата и доклада
5.	Тема 5. Планирование GR-кампаний	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы реферата и доклада

			доклада
6.	Тема 6. Современные GR-технологии	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы реферата и доклада
7.	Тема 7. Современные формы организации работы GR-служб	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы реферата и доклада
8.	Тема 8. Специфика работы GR – подразделений в крупных корпорациях и ТНК	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы реферата и доклада
9.	Тема 9. Особенности ведения GR в административно-исполнительных и представительных законодательных органах	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы реферата и доклада
10.	Тема 10. GR в России и за рубежом	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы реферата и доклада

Вопросы для устного опроса

1. Поясните, каковы роль и место PR в маркетинговой деятельности предприятия?
2. Дайте определение термину Public Relations.
3. Какие функции выполняет PR-менеджмент?
4. В чем проявляется необходимость использования PR- менеджмента в области установления связей бизнес структур с государственными органами власти?
5. Какова цель использования Public Relations?
6. Какой департамент занимается PR-менеджментом в крупных корпорациях?
7. Перечислите достоинства и недостатки PR.
8. Что Вы понимаете под термином «общественность»?
9. Дайте краткую характеристику основных принципов и функций связей с общественностью.
10. Назовите типовые работы для службы PR.
11. Назовите функции, выполняемые специалистами по связям с общественностью.

12. Дайте характеристику структуры PR-подразделения в организации.
13. Дайте краткую характеристику типовых задач PR.
14. Какие качественные уровни PR Вы знаете? Поясните, как они должны быть связаны с PR-задачами?
15. Назовите особенности разработки и проведения PR-кампаний.
16. Назовите этапы разработки PR-кампаний.
17. Поясните, почему начинать разработку PR-кампании желательно с выявления отрицательных и положительных стереотипов клиента?
18. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.
19. Дайте краткую характеристику инструментов, используемых при разработке имиджа компании.
20. Что такое корпоративный имидж организации?
21. Назовите основные структурные элементы корпоративного имиджа организации.
22. Назовите основные этапы процедуры формирования имиджа организации.
23. Поясните, какова связь имиджевой политики организации с этапами ее развития.
24. Что такое «инерция мышления»? Назовите ошибки, вызываемые инерцией мышления?
25. Дайте краткую характеристику способов снижения Инерции мышления.
26. Дайте краткую характеристику известных Вам креативных техник генерации идей.
27. Чем обусловлено появление направления Government relations management ? Дайте определение термина.
28. Что является целью применения GR-менеджмента?
29. Поясните, что понимается под GR-коммуникациями.
30. Как взаимосвязаны PR-менеджмент и GR-менеджмент?
31. Этапы разработки общей GR-стратегии организации.
32. Дайте краткую характеристику основных инструментов GR.
33. Назовите основные задачи GR-менеджмента.
34. Какими умениями и навыками должен обладать современный специалист по GR-менеджменту?
35. Чем деятельность GR-специалиста отличается от деятельности лоббиста?
36. На какие группы можно разделить GR-специалистов в России?
37. Какие виды GR-услуг Вы знаете?
38. Назовите факторы, влияющие на выбор GR компании?
39. Дайте краткую характеристику основных этапов разработки общей GR-стратегии организации.
40. Какими профессиональными и личностными навыками должен обладать GR-менеджер?
41. Назовите основные внутренние и внешние PR-документы и дайте их краткую характеристику?
42. Охарактеризуйте нормативно-правовую базу, на которую должен ориентироваться PR-специалист в своей деятельности.

Средство оценивания: устный опрос

Устный опрос оценивается по 5-балльной шкале. Баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

Оценка «отлично» выставляется, если обучающийся не только глубоко и прочно усвоил весь программный материал, но и проявил знания, выходящие за его пределы, почерпнутые из дополнительных источников (учебная литература, научно-популярная литература, научные статьи и монографии, сборники научных трудов и интернет-ресурсы

и т. п.); умеет самостоятельно обобщать программный материал, не допуская ошибок, проанализировать его с точки зрения различных школ и взглядов; увязывает знания с практикой; приводит примеры, демонстрирующие глубокое понимание материала или проблемы.

Оценка «хорошо» выставляется, если обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и последовательно его излагает, увязывает с практикой, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся усвоил только основной программный материал, но не знает отдельных положений, в ответе допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обучающийся не знает значительной части основного программного материала, в ответе допускает существенные ошибки, неправильные формулировки.

Практические задания

1. Проанализируйте опыт GR-отделов крупных корпораций по заранее заданным параметрам.
2. Приведите примеры способов взаимодействия различных государственных органов власти и управления с отдельными корпорациями национального крупного и среднего бизнеса.
3. Приведите пример организации, занимающейся предоставлением услуг по представлению интересов бизнеса в органах государственной власти. Охарактеризуйте деятельность данной компании.
4. Приведите примеры использования GR-менеджмента в отечественных организациях.
5. Проведите сравнительный анализ GR в России и за рубежом.

Средство оценивания: практические задания

Шкала оценивания:

Практическое задание оценивается по 5-балльной шкале. Баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если практическое задание правильно решено, приведена подробная аргументация своего решения, показано хорошее знание теоретических аспектов решения практического задания.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если практическое задание правильно решено, приведена достаточная аргументация своего решения, показано определенное знание теоретического материала.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если практическое задание частично имеет правильное решение, аргументация не полная, не прослеживается знание теоретического материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если практическое задание решено неверно, отсутствуют необходимые знания теоретического материала.

Перечень тем рефератов и докладов

1. GR-менеджмент. Основные принципы и понятия.
2. Система и структура органов государственной власти и органов местного самоуправления.
3. Структура отношений «бизнес – власть».
4. Правовое регулирование в сфере GR-менеджмента.
5. Особенности работы GR-менеджеров.
6. Типы и направления GR-консультирования.

7. Политические коммуникации и информационные потоки в сфере GR.
8. Особенности планирования GR-кампаний.
9. Современные методы GR. Технологии grassroots в практике GR.
10. Менеджмент проектов в сфере взаимодействия с органами власти.
11. Участие бизнеса в профессиональных ассоциациях и общественных организациях – путь взаимодействия с властью.
12. Проблемы организации «государственно-частного партнерства» в современной России.
13. Элитные группы в процессе взаимодействия бизнеса и власти.
14. GR-структура внутри компании. Организационный дизайн функций и структуры.
15. Интегрированные маркетинговые коммуникации в GR-сфере.
16. Информационно-аналитическая работа в GR. Способы и методы исследований.
17. Психология коммуникаций с представителями общественных организаций и органов власти. Технологии делового общения.
18. Формирование репутации и управление репутационными рисками в сфере общественных коммуникаций.
19. Управление брендом организации в общественной сфере.
20. Технологии коммуникации в сфере GR, особенности и ограничения в использовании рекламных технологий. Копирайтинг.
21. PR-технологии создания и продвижения продукта в общественной сфере.
22. Технологии фандрайзинга и спонсоринга в сфере GR (как получить финансовую поддержку у государства или с помощью государства)
23. Эффективные технологии взаимодействия с прессой. Презентации проектов и идей.
24. Social Media Marketing в сфере общественных коммуникаций.

Средство оценивания: реферат

Шкала оценивания:

Реферат оценивается по 100-балльной шкале.

Баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

86-100 баллов – «отлично»;

70- 85 баллов – «хорошо»;

51-69 баллов – «удовлетворительно»;

менее 51 балла – «неудовлетворительно».

Критерии	Показатели
1. Новизна реферированного текста. Максимальная оценка – 20 баллов	– актуальность проблемы и темы; – новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; – наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы. Максимальная оценка – 30 баллов	– соответствие плана теме реферата; – соответствие содержания теме и плану реферата; – полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом; – умение работать с историческими источниками и литературой, систематизировать и структурировать

	<p>материал;</p> <p>– умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.</p>
<p>3. Обоснованность выбора источников и литературы. Максимальная оценка – 20 баллов.</p>	<p>– круг, полнота использования исторических источников и литературы по проблеме;</p> <p>– привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов, интернет-ресурсов и т. д.).</p>
<p>4. Соблюдение требований к оформлению. Максимальная оценка – 15 баллов.</p>	<p>– правильное оформление ссылок на использованные источники и литературу;</p> <p>– грамотность и культура изложения;</p> <p>– использование рекомендованного количества исторических источников и литературы;</p> <p>– владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;</p> <p>– соблюдение требований к объему реферата;</p> <p>– культура оформления: выделение абзацев, глав и параграфов.</p>
<p>5. Грамотность. Максимальная оценка – 15 баллов.</p>	<p>– отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;</p> <p>– отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;</p> <p>– литературный стиль.</p>

Средство оценивания: доклад

Шкала оценивания:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если:

- автор представил демонстрационный материал и уверенно в нем ориентировался;
- автор отвечает на уточняющие вопросы аудитории;
- показано владение понятиями и категориями философии права;
- выводы полностью отражают поставленные цели и содержание работы.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если:

- демонстрационный материал использовался в докладе, но есть неточности;
- докладчик смог ответить на 2-3 уточняющих вопроса;
- докладчик уверенно использовал философско-правовые понятия и категории;
- выводы докладчика не полностью отражают поставленные цели.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если:

– доклад зачитывается (докладчик затрудняется воспроизвести информацию самостоятельно);

- представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен с ошибками по содержанию темы доклада;
- докладчик не может ответить на 1 и более уточняющих вопроса аудитории;
- выводы представлены, но не отражают поставленные цели и содержание работы.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если:

Не соответствует критериям оценки удовлетворительно.

Тестовые задания

1. Government relations management – это:
 - а) Функция менеджмента
 - б) Отрасль менеджмента
 - в) Цель менеджмента
2. PR-менеджмент и GR-менеджмент – это:
 - а) Комплексная система
 - б) Независимые элементы
 - в) Система и подсистема
3. Специфика Government relations менеджмента заключается в:
 - а) Отнесения лоббизма как внутреннего объекта по отношению к государству
 - б) Определении лоббизма как разновидности GR-менеджмента
 - в) Выделении лоббизма как внешнего объекта по отношению к государству
4. Назовите уровни деятельности компании в области взаимодействия с государственными органами власти:
 - а) Межфирменный, муниципальный, региональный
 - б) Федеральный, международный
 - в) Муниципальный, региональный, федеральный, международный
5. Специалист GR-менеджмента обязан устанавливать связи с:
 - а) Внешней средой компании
 - б) Внешней и внутренней средой компании
 - в) Внутренней средой компании
6. Субъектами GR-менеджмента являются:
 - а) Представители бизнеса
 - б) Государство и общество
 - в) Все вышеперечисленные
7. Родоначальником Government relations менеджмента считают:
 - а) Джордж Бьюкенен (1506—1582гг.)
 - б) Фредерик Уинслоу Тейлор (1856—1915 гг.)
 - в) Генри Лоуренс Ганнг (1861 — 1919гг.)
8. Основное назначение PR:
 - а) Создание имиджа руководству компании
 - б) Достижение высоких показателей прибыли фирмы
 - в) Формирование высокой общественной репутации фирмы
9. Public relations – это:
 - а) Одна из функций менеджмента
 - б) Отрасль менеджмента
 - в) Задача менеджмента
10. Анализ, прогноз, интерпретация общественных, политических, законодательных инициатив, налаживание системы коммуникаций, поддержание репутации организации, все это функции:
 - а) GR-менеджмента
 - б) PR- менеджмента
 - в) Стратегического менеджмента

Средство оценивания: тест

Шкала оценивания:

Если обучающийся ответил правильно на 91-100 % вопросов, то ему ставится оценка «отлично».

Если обучающийся ответил правильно на 71-90 % вопросов, то он получает оценку «хорошо».

Если обучающийся ответил правильно на 51-70 % вопросов, то ему ставится оценка «удовлетворительно».

Если обучающийся ответил правильно менее чем на 51 % вопросов, то дисциплина считается неувоенной, и он получает оценку «неудовлетворительно».

Промежуточная аттестация по дисциплине «PR и GR менеджмент»

Обучающиеся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Управление бизнесом и маркетинг проходят промежуточную аттестацию в форме экзамена по дисциплине «PR и GR менеджмент» в 9 семестре.

При проведении экзамена по дисциплине «PR и GR менеджмент» может использоваться устная или письменная форма проведения.

Примерная структура экзамена по дисциплине «PR и GR менеджмент»:

1. устный ответ на вопросы

Обучающимся на экзамене дается время на подготовку вопросов теоретического характера и практического задания.

2. выполнение тестовых заданий

Тестовые задания выполняются в течение 30 минут и состоят из 20-30 вопросов разных типов. Преподаватель готовит несколько вариантов тестовых заданий.

Ответ обучающегося на экзамене должен отвечать следующим требованиям:

- научность, знание и умение пользоваться понятийным аппаратом;
- изложение вопросов в методологическом аспекте, аргументация основных положений ответа примерами из современной практики из опыта профессиональной деятельности;
- осведомленность в важнейших современных вопросах PR и GR менеджмента.

Выполнение практического задания должно отвечать следующим требованиям:

- владение профессиональной терминологией;
- последовательное и аргументированное изложение решения.

Критерии оценивания ответов на экзамене

Уровень освоения компетенции	Формулировка требований к степени сформированности компетенций	Шкала оценивания
Высокий	Владеет навыками разработки PR и GR деятельности. Владеет навыками реализации PR и GR деятельности. Владеет навыками оценки эффективности деятельности по связям с общественностью и GR деятельности.	Отлично
Продвинутый	Разрабатывает PR и GR деятельность, направленную на выстраивание эффективных отношений между государственными органами власти и бизнесом. Реализовывает PR и GR деятельность. Определяет эффективность деятельности по связям с общественностью и GR деятельности; степень достижения поставленных целей.	Хорошо
Базовый	Имеет представление о теоретических основах организации PR и GR деятельности. Имеет представление о методике реализации PR и GR деятельности.	Удовлетворительно

	Имеет представление об основных методиках оценки эффективности деятельности по связям с общественностью и GR деятельности.	
Компетенции не сформированы	Не соответствует критериям оценки удовлетворительно	Неудовлетворительно

Рекомендации по проведению экзамена

1. Обучающиеся должны быть заранее ознакомлены с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся АНО ВО МОСИ.
2. С критериями оценивания экзамена преподаватель обязан ознакомить обучающихся до начала экзамена.
3. Преподаватель в ходе экзамена проверяет уровень полученных в течение изучения дисциплины знаний, умений и навыков и сформированность компетенций.
4. Тестирование по дисциплине проводится в Центре оценки и контроля качества образования МОСИ.

Перечень вопросов к экзамену

1. Связи с общественностью: сущность, основные понятия.
2. Принципы и функции связей с общественностью.
3. Взаимодействие их с властными и общественными структурами.
4. Предпосылки и основные этапы формирования связей
5. с общественностью.
6. Задачи специалиста по связям с общественностью.
7. Проектирование PR-компаний.
8. Типовые задачи PR. Качественные уровни PR.
9. Композиции акций PR.
10. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественность.
11. Формирование положительного имиджа компании в обществе.
12. Проведение PR-мероприятий с органами власти.
13. GR-менеджмент: цели, задачи, принципы организации.
14. Подходы к определению понятий GR и лоббизм.
15. Современные технологии GR-коммуникаций.
16. Политические коммуникации и информационные потоки в сфере GR.
17. Роль и значение ассоциаций бизнеса в современной России.
18. Проблемы организации «государственно-частного партнерства» в современной России.
19. Элитные группы в процессе взаимодействия бизнеса и власти
20. GR – менеджмент и лоббирование в системе корпоративного управления.
21. Политика государственно-частного партнерства.
22. Прямые и непрямые методы современного лоббирования.
23. Правовые и этические нормы в GR.
24. Разработка стратегических целей GR-деятельности.
25. Специфика управленческих процессов и процесса принятия решений в
26. государственных и корпоративных секторах.
27. GR-проектирование и планирование лоббистских кампаний.
28. Анализ и оценка результатов последствий лоббистской кампании.
29. Лоббистская деятельность ТНК. Международный лоббизм.
30. Основные формы современной организации GR-работы.
31. Типы и направления GR-консультирования.
32. Внутренние специализированные GR-подразделения в крупной корпорации и ТНК.

33. Аутсорсинговые GR-фирмы.
34. GR-службы в профессиональных ассоциациях.
35. Особенности ведения GR-работы в законодательных органах власти.
36. GR-деятельность в органах исполнительной власти.
37. Особенности работы GR-менеджеров.
38. Особенности лоббирования в исполнительных и представительных органах власти в современной России и за рубежом.

**Примерные тестовые задания по дисциплине
«PR и GR менеджмент»**

0 вариант

1) Определение «GR – это процесс отстаивания компанией собственных интересов на всех уровнях власти, при этом задействуются любые доступные средства» подразумевает взаимосвязь GR с:

- а) лоббизмом
- б) ГЧП
- в) PR
- г) коррупцией

2) Определение «GR – сотрудничество с государственными органами по достижению общих целей» подразумевает связь GR с:

- а) лоббизмом
- б) ГЧП
- в) КСО
- г) коррупцией

3) GR-департамент должен стараться:

а) «гасить» проблемы и конфронтацию компаний и власти
б) не допускать возникновения проблем, предупреждать возможные сложности в отношениях бизнеса и власти

в) регулярно решать проблемы в связи с частым их возникновением

г) варианты а) и б) верные

4) Как вы думаете, какая модель организации GR-деятельности характерна для ранних этапов развития компании:

а) когда GR занимается первое лицо компании непосредственно

б) когда GR занимается его заместитель

в) когда GR занимается департамент по отношениям с ОГВ

г) когда GR занимается советники, помощники первого лица по отношениям с ОГВ

5) Практика выращивания «своих» депутатов как составная часть GR-функции:

а) очень актуальна в настоящее время

б) относится к периоду последнего десятилетия XX в.

в) никогда не было такой практики

г) такое практиковалось всегда

б) Какая модель организации GR-деятельности требует наибольших финансовых вливаний:

а) когда GR занимается первое лицо компании непосредственно.

б) когда GR занимается его заместитель.

в) когда GR занимается департамент по отношениям с ОГВ.

г) когда GR занимается советники, помощники первого лица по отношениям с ОГВ.

7) От чего не зависит выбор модели организации GR-деятельности в компании:

а) степени государственного регулирования бизнеса компании.

б) масштабности деятельности компании.

в) существующей практики взаимодействия с общественными организациями.

г) связи компании с государственными закупками.

8) Укажите подходящее мероприятие для специалистов по GR с целью завязывания контактов и развития плодотворного сотрудничества с чиновником:

а) знакомство с телефонного звонка, а затем щедрое «одаривание» его ценными подарками и денежными средствами на дни рождения и профессиональные праздники.

б) регулярное посещение профессиональных конференций, круглых столов, семинаров и других мероприятий, где часто выступает чиновник.

в) сбор сведений о личной жизни чиновника (прослушка, фото-видеорегистрация и т.д.) с целью возможного шантажа в случае его отказа от сотрудничества.

г) настойчивость в предложении чиновнику немедленно погасить задолженность бюджетных организаций по уже существующим договорам, а в случае его отказа – запугивание своими связями в криминальном мире.

9) Специалисту по GR нужно обязательно:

а) быть асом кулуарных переговоров

б) знать нужные персоналии во власти

в) ориентироваться в деталях принятия законов

г) уметь организовать общую систему взаимодействия «бизнес-ассоциация-власть»

10) Воздействие GR-менеджера на ОГВ – это:

а) цель

б) задача

в) функция

г) принцип

11. Какие из нижеперечисленных факторов способствовали появлению профессионально GR в России?

а) кризис политического PR в России

б) понижение заработной платы государственным служащим

в) приход в Россию международных лоббистских фирм

12. Субъектом GR является:

а) деловые союзы и ассоциации

б) крупные финансово-промышленные группы

в) органы государственной власти

13. Объектом GR являются:

а) иностранные государства

б) деловые союзы и ассоциации

в) органы государственной власти

14. Стейкхолдеры – это:

а) группы, которые оказывают воздействие на государственные органы в пользу определенной компании

б) группы, организации и индивидуумы, на которые влияет компания и от которых она зависит

в) группы людей (или других организаций), оказывающие влияние на различные компании

15. Выбор модели организации GR деятельности в компании зависит от следующих факторов:

а) масштабности деятельности компании

б) профессиональности руководства компании

в) степени государственного регулирования бизнеса компании

16. Специфика Government relations менеджмента заключается в:

а) отнесения лоббизма как внутреннего объекта по отношению к государству

б) определении лоббизма как разновидности GR-менеджмента

в) выделении лоббизма как внешнего объекта по отношению к государству

17. PR-менеджмент и GR-менеджмент – это:

- а) комплексная система
- б) независимые элементы
- в) система и подсистема

18. Основное назначение PR:

- а) создание имиджа руководству компании
- б) достижение высоких показателей прибыли фирмы
- в) формирование высокой общественной репутации фирмы

19. Public relations – это:

- а) одна из функций менеджмента
- б) отрасль менеджмента
- в) задача менеджмента

20. В Российском кодексе профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью прописаны:

- а) общепрофессиональные принципы PR-деятельности
- б) правила обращения к органам власти
- в) методы исследований в области PR-деятельности
- г) общественно значимые события в области PR-деятельности

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Средство оценивания: устный опрос
**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ
К УСТНОМУ ОПРОСУ**

Устный опрос - удобная форма текущего контроля знаний. Целью устного опроса является обобщение и закрепление изученного материала. Главное преимущество – занимает мало времени от 5 до 7 мин., при этом в зависимости от количества вопросов, позволяет проверить большой объем и глубину знаний. Устный опрос может проводиться несколько раз за тему, что позволяет диагностировать, контролировать и своевременно корректировать усвоение материала, что значительно повышает эффективность обучения и закрепляет знания учащихся.

Для успешной подготовки к устному опросу, обучающийся должен изучить/законспектировать рекомендованную литературу. Внимательно осмыслить лекционный материал. При ответе особо выделить главную мысль, сделать вывод.

Средство оценивания: доклад
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ ДОКЛАДА

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, который способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме обучающиеся составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать в себя следующие этапы:

- изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель;
- анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений;
- обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана;
- написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Средство оценивания: реферат
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ РЕФЕРАТА

Тему реферата студент выбирает самостоятельно, ориентируясь на прилагаемый примерный список. В реферате студенты показывают знания дисциплины и умение реферировать, т. е. творчески анализировать прочитанный текст, а также умение аргументированно и ясно представлять свои мысли, с обязательными ссылками на использованные источники и литературу. В реферате желательно отразить различные точки зрения по вопросам выбранной темы.

Реферат следует писать в определенной последовательности. Студенту необходимо ознакомиться с Программой курса по истории, выбрать нужную тему, подобрать и изучить рекомендованные документы и литературу. Если заинтересовавшая студента тема не учтена в прилагаемом списке, то по согласованию с преподавателем можно предложить свою. Выбирая тему реферата, необходимо руководствоваться личным интересом и доступностью необходимых источников и литературы.

Поиск литературы по избранной теме следует осуществлять в систематическом и генеральном (алфавитном) каталогах библиотек (по фамилии автора или названию издания) на библиографических карточках или в электронном виде. Поиск литературы (особенно статей в сборниках и в коллективных монографиях) облегчит консультация с библиографом библиотеки. Возможен также поиск перечней литературы и источников по информационным сетевым ресурсам (Интернета).

Ознакомившись с литературой, студент отбирает для своего реферата несколько научных работ (монографий, статей и др.). Выбирая нужную литературу, следует обратить внимание на выходные данные работы.

Объем реферата колеблется в пределах 25-30 страниц формата А-4 с кеглем 14 и полуторным интервалом между строками в обычной компьютерной редакторской программе. Отредактированная работа должна быть пронумерована (номер ставится в верхней части страницы, по центру) и сброшюрована.

Реферат должен быть оформлен в компьютерном варианте. Компьютерный текст должен быть выполнен следующим образом:

- текст набирается на одной стороне листа;
- стандартная страница формата А4 имеет следующие поля: правое – 10 мм, левое – 30 мм, верхнее и нижнее – 20 мм;
- межстрочный интервал – полуторный;
- гарнитура шрифта – Times New Roman;
- кегль шрифта – 14;
- абзацный отступ – 1,25 пт.

На титульном листе, который не нумеруется, указывается название учебного заведения, кафедры, полное название темы реферата, курс, отделение, номер учебной группы, инициалы и фамилия студента, а также ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия преподавателя, который будет проверять работу.

На второй странице размещается оглавление реферата, которое отражает структуру реферата и включает следующие разделы:

– введение, в котором необходимо обосновать выбор темы, сформулировать цель и основные задачи своего исследования, а также можно отразить методику исследования;

– основная часть, состоящая из нескольких глав, которые выстраиваются по хронологическому или тематическому принципу, озаглавливаются в соответствии с проблемами, рассматриваемыми в реферате. Главы желательно разбивать на параграфы. Важно, чтобы разделы оглавления были построены логично, последовательно и наилучшим образом раскрывали тему реферата;

– заключение, в котором следует подвести итоги изучения темы, на основании источников, литературы и собственного понимания проблемы изложить свои выводы.

Ссылки на источники и литературу, использованные в реферате, обозначаются цифрами в положении верхнего индекса, а в подстрочных сносках (внизу страницы) указывается источник, на который ссылается автор. Сноска должна быть полной: с указанием фамилии и инициалов автора, названия книги, места и года ее издания, страницы, на которую сделана ссылка в тексте.

Цитирование (буквальное воспроизведение) текста других авторов в реферате следует использовать лишь в тех случаях, когда необходимо привести принципиальные положения, оптимально сформулированные выводы и оценки, прямую речь, фрагмент

документа и пр. В цитате недопустима любая замена слов. Если в работе содержатся выдержки (цитаты) из отдельных произведений или источников, их следует заключить в кавычки и указать источник, откуда взята данная цитата (автор, название сочинения, год и место издания, страница, например: Маршалова А. С. Система государственного и муниципального управления: Учебное пособие. – М., 2009. – С. 10.). Издательство в сносках обычно не указывается.

В реферате допускается передача того или иного эпизода или определенной мысли своими словами. В этом случае в тексте кавычки не ставятся, но в подстрочном примечании следует указать выходные данные источника. В тех случаях, когда сноска делается повторно на одно и то же издание, тогда в подстрочном примечании выходные данные не приводятся полностью.

Например:

Выработка политических ориентиров в значительной степени основана не на строго рациональном или научном анализе, а на понимании необходимости защиты тех или иных социальных интересов, осознании характера сопутствующей им конкуренции.

Т. е. в первой сноске указывайте автора, полное название, место, год издания, страницы, на которые ссылаетесь.

В дальнейшем в сноске следует писать: Там же. – С. 98.

Если сноска на данную работу дана после других источников, следует писать: Государственная политика: Учебное пособие. – С. 197. (без указания места и года издания).

Ссылки на Интернет даются с обязательной датой просмотра сайта, т. к. сайты часто обновляются и порой невозможно найти те материалы, которые использовались в реферате. Например: Федеральный закон от 14 ноября 2002 г. № 161-ФЗ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» [электронный текстовый документ].

URL:http://www.ranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/11/11264/index.php [дата обращения: 13.11.2015].

Вполне возможно помещение всех сносок реферата в специальный раздел Примечания.

В конце реферата приводится библиографический список, составленный в алфавитном порядке в соответствии с требованиями к оформлению справочно-библиографического аппарата. Источники и литература должны быть оформлены на разных страницах. Следует указывать только те источники и литературу, которую студент действительно изучил.

Библиографический список и сноски оформляются в соответствии с действующими стандартами. Реферат может содержать приложения в форме схем, таблиц, образцов документов и другие изображения в соответствии с темой исследования.

При написании реферата должно быть использовано не менее 25 источников или единиц литературы (книг, статей, интернет-сайтов, документов и др.). Учебники, энциклопедические и справочные издания не являются основной литературой и не входят в круг этих 25 наименований.

Если в реферате студент желает привести небольшие по объему документы или отдельные разделы источников, касающиеся выбранной темы, различные схемы, таблицы, диаграммы, карты, образцы типовых и эксклюзивных документов и другую информацию по основам государственного и муниципального управления, то их можно привести в разделе Приложения. При этом каждое приложение должно быть пронумеровано и снабжено указанием, откуда взята информация для него.

Введение, заключение, новые главы, библиографический список, должны начинаться с нового листа.

Все страницы работы, включая оглавление и библиографический список, нумеруются по порядку с титульного листа (на нем цифра не ставится) до последней

страницы без пропусков и повторений. Порядковый номер проставляется внизу страницы по центру, начиная с цифры 2.

В реферате желательно высказывание самостоятельных суждений, аргументов в пользу своей точки зрения на исследуемую проблему. При заимствовании материала из первоисточников обязательны ссылки на автора источника или интернет-ресурс, откуда взята информация. Реферат, значительная часть которого текстуально переписана из какого-либо источника, не может быть оценена на положительную оценку.

Средство оценивания: тест
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Непременной сопутствующей процедурой преподавания любой дисциплины является контроль уровня усвоения учебного материала. В настоящее время среди разнообразных форм контроля в учебном процессе стали активно применяться тестовые задания, которые позволяют относительно быстро определить уровень знаний обучающихся. Тестовые задания является одной из наиболее научно обоснованных процедур для выявления реального качества знания у испытуемого обучающегося. Впрочем, тестирование не может заменить собой другие педагогические средства контроля, используемые сегодня преподавателями. В их арсенале остаются устные экзамены, контрольные работы, опросы обучающихся и другие разнообразные средства. Они обладают своими преимуществами и недостатками и по сей день они наиболее эффективны при их комплексном применении в учебной практике.

По этой причине каждое из перечисленных средств применяется преподавателями на определенных этапах изучения дисциплины. Самое главное преимущество тестов – в том, что они позволяют преподавателю и самому обучающемуся при самоконтроле провести объективную и независимую оценку уровня знаний в соответствии с общими образовательными требованиями. Наиболее важным положительным признаком тестового задания является однозначность интерпретации результатов его выполнения. Благодаря этому процедура проверки может быть доведена до высокого уровня автоматизма с минимальными временными затратами. При проведении тестирования степень сложности предлагаемых вопросов определяются преподавателем в зависимости от уровня подготовленности группы.