

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"**



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Н.А. Еськова

31 августа 2023 г.

Корпоративный PR

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»
рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой **Кафедра управления и связей с общественностью**

Квалификация	Бакалавр		
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ		
Форма обучения	очная		
Часов по учебному плану	144		Виды контроля в семестрах: зачеты с оценкой 6
в том числе:			
аудиторные занятия	54,4		
самостоятельная работа	89,6		
часов на контроль	0		
Форма обучения	очно-заочная		
Часов по учебному плану	144		Виды контроля в семестрах: зачеты с оценкой 7
в том числе:			
аудиторные занятия	14,4		
самостоятельная работа	1275,6		
часов на контроль	4		
Форма обучения	заочная		
Часов по учебному плану	144		Виды контроля в семестрах: зачет с оценкой 6
в том числе:			
аудиторные занятия	14,4		
самостоятельная работа	126		
часов на контроль	3,6		

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	18		18	
Практические	36		36	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	54,4		54,4	
Контактная работа	54,4		54,4	
Сам. работа	89,6		89,6	
Итого	144		144	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	6		6	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	14,4		14,4	
Контактная работа	14,4		14,4	
Сам. работа	125,6		125,6	
Часы на контроль	4		4	
Итого	144		144	

**Распределение часов дисциплины по курсам
заочная форма**

Курс	3		Итого	
Вид занятий				
Лекции	6		6	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	14,4		14,4	
Контактная работа	14,4		14,4	
Сам. работа	126		126	
Часы на контроль	3,6		3,6	
Итого	144		144	

Программу составил(и):
ст.преподаватель Окороков А



Рецензент(ы):
Директор рекламно-полиграфической
компании
ООО «Структура печати» Гребнев Д.Е.

Рабочая программа дисциплины
Корпоративный PR

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль "Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности"
утвержденного учёным советом вуза от 31.08.2023 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от 30.08 2023 г. № 1
Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2024 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины формирование представлений о построении корпоративных коммуникаций, создании и укреплении корпоративной культуры, поддержании лояльности персонала к организации.

Задачи дисциплины:

- изучение инструментов внутреннего PR;
- изучение внутренних коммуникации в организации и способов управления ими;
- изучение формирования корпоративного имиджа для сотрудников;
- ознакомление с элементами корпоративной культуры;
- изучение профилактики конфликтов и негативных слухов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Управление PR-проектами
2.1.2	Управление проектами
2.1.3	Связи с общественностью через СМИ
2.1.4	Правовые основы PR
2.1.5	Теория и практика рекламы
2.1.6	Теория и практика связей с общественностью
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта
2.2.2	преддипломная практика
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;

Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;

Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.

ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

Уметь: правильно использовать технологические инструменты;

Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.

ПК-1.3: Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.

ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции

Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы,
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами

ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.

ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов

ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3.1: Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR- проекта.

ПК-3.2: Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта;
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале.

ПК-3.3: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:	<ul style="list-style-type: none"> • инструменты и информационные каналы внутреннего PR; • принципы построения внутренних коммуникаций; • факторы формирования лояльности сотрудников к организации; • компоненты корпоративной культуры; • составляющие внутреннего имиджа организации; • основные причины внутренних конфликтов в организации; • основы формирования слухоустойчивой среды в организации.
3.2 Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> • самостоятельно работать с информационными источниками по тематике дисциплины; • использовать психологические тесты для диагностики персонала на лидерские качества, конфликтность и др.; • формировать и исследовать ценности организации, внутреннюю культуру; • планировать и организовывать корпоративные мероприятия;

3.3	Владеть: <ul style="list-style-type: none"> инструментами исследования внутренней среды организации для выявления проблем, требующих решения средствами PR; инструментами нематериальной мотивации сотрудников к труду, работе в команде, лояльной организации.
------------	--

стр. 6

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
очная форма

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов всего/л/пр	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Сам.рабо та
1.	Предмет и задачи корпоративных связей с общественностью	6/3	6/2/4	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		16
2.	Основные виды деятельности внутрикорпоративных связей с общественностью	6/3	6/2/4	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		16
3.	Инструмент и каналы, виды внутренних коммуникаций	6/3	6/2/4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	16
4.	Основные принципы коммуникаций с сотрудниками	6/3	6/2/4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	16
5.	Внутренний имидж организации	6/3	12/4/8	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		32
6.	Корпоративная культура и корпоративная идентичность	6/3	12/4/8	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		31,6
7.	Роль внутренних связей с общественностью в предотвращении организационных конфликтов	6/3	6/2/4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		16

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
очно-заочная форма

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов всего/л/пр	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Сам.рабо та
1.	Предмет и задачи корпоративных связей с общественностью	8/4	1,5/0,5/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
2.	Основные виды деятельности внутрикорпоративных связей с общественностью	8/4	1,5/0,5/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
3.	Инструмент и каналы, виды внутренних коммуникаций	8/4	2/1/1	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	18
4.	Основные принципы коммуникаций с сотрудниками	8/4	2/1/1	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	18
5.	Внутренний имидж организации	8/4	2/1/1	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
6.	Корпоративная культура и корпоративная идентичность	8/4	2/1/1	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
7.	Роль внутренних связей с общественностью в предотвращении организационных конфликтов	8/4	3/1/2	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		17,5

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
заочная форма

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр/ Курс	Часов всего/л/пр	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Сам.рабо та
-------------	---	---------------	------------------	-------------	------------	------------	-------------

1.	Предмет и задачи корпоративных связей с общественностью	8/4	1,5/0,5/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
2.	Основные виды деятельности внутрикорпоративных связей с общественностью	8/4	1,5/0,5/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
3.	Инструмент и каналы, виды внутренних коммуникаций	8/4	2/1/1	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	18
4.	Основные принципы коммуникаций с сотрудниками	8/4	2/1/1	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	18
5.	Внутренний имидж организации	8/4	2/1/1	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
6.	Корпоративная культура и корпоративная идентичность	8/4	2/1/1	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
7.	Роль внутренних связей с общественностью в предотвращении организационных конфликтов	8/4	3/1/2	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Вопросы к зачету
2. Внешняя и внутренняя среда корпорации
3. Какие факторы определяют внутреннюю среду организации
4. Что следует понимать под управлением коммуникациями
5. Тема для обсуждения: «Социокультурные закономерности коммуникаций организации»
6. В чем плюсы и минусы организаций механистического типа
7. В чем особенности организаций органического типа
8. Тема для дискуссии: «Эффективно работающий руководитель – тот, кто эффективен в коммуникациях»
9. Тема для обсуждения «Двусторонняя направленность коммуникаций – основной принцип управления коммуникациями в организации»
10. Тема для обсуждения «Зона конфликта как предмет управления коммуникациями»
11. Тема для обсуждения «Внутренняя коммуникационная сеть как соединение информационных потоков: пути и барьеры»
12. Тема для обсуждения «Корпоративная философия организации»
13. Какие типы организаций различают по типу коммуникаций
14. Дайте характеристику различным типам организаций
15. Какие Вам известны типы управленческой информации
16. Раскройте роль неформальных структур в организации
17. Структура корпоративной культуры
18. Ценности организации, управленческого аппарата, сотрудников
19. Элементы корпоративной культуры, влияющие на ее восприятие сотрудниками
20. Понятие и значение социально-психологического климата в коллективе
21. «Культура речи» корпорации (культура деловой переписки)
22. Модели трудового поведения
23. Нематериальная мотивация лояльности сотрудников
24. Культура руководителя: модели поведения
25. Фирменный стиль организации и его исследование
26. Факторы формирования «команды»
27. Сотрудничество HR и PR менеджмента персонала

5.2. Темы письменных работ

Темы докладов:

1. Понятие внутрикорпоративного PR, цели, задачи.
2. Взаимосвязь и взаимозависимость внутреннего и внешнего PR.
3. Особенности современных сотрудников организации как объектов внутренних связей с общественностью.
4. Раскройте понятие и направления менеджмента по внутренним корпоративным коммуникациям.
5. Событийный и репутационный менеджмент корпоративных связей с общественностью.

6.	Исследования в сфере внутреннего PR: объект, методы.
7.	Этапы создания и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью
8.	Понятие и виды внутренних коммуникаций организации.
9.	Характеристика отдельных инструментов внутренних коммуникаций.
10.	Понятие сети внутрикорпоративных коммуникаций (СВК).
11.	Значение содержания и формы информации для сотрудников.
12.	Основные принципы коммуникаций с сотрудниками.
13.	Понятие эффективных коммуникаций. Исследования эффективности.
14.	Внутренний имидж организации: построение, содержание. Оценка.
15.	Понятие корпоративной культуры и ее принципы.
16.	Структура корпоративной культуры.
17.	Духовная культура. Ценности организации
18.	Модели поведения руководителя как проявления культуры менеджмента.
19.	Факторы, влияющие на восприятие организации сотрудниками.
20.	Фирменный стиль организации: значение, изучение.
21.	Корпоративная идентичность сотрудников организации.
22.	Проблема моделирования поведения в контексте внутрикорпоративного PR.
23.	Модели поведения, связанные с типом личности. Регуляторы поведения личности и группы.
24.	Понятие «команды». Факторы формирования «команды».
25.	Культура критики и увольнение.
26.	Этапы управления корпоративной культурой.
27.	Виды и причины возникновения внутриорганизационных конфликтов.
28.	Конфликтные типы личности. Стратегии поведения в конфликте.
29.	Межгрупповые и внутригрупповые конфликты в контексте внутриорганизационных конфликтов.
30.	Роль PR в предотвращении и разрешении внутриорганизационных конфликтов.
31.	Спор с руководителем: поведение субъектов конфликта, последствия.
32.	Этапы управления внутриорганизационными конфликтами. PR- медиация.
33.	Управляющее воздействие на конфликт: пресечение, гашение, преодоление, устранение.
34.	Лояльность сотрудников организации: исследование проблемы, возникновение предпосылок нелояльности.
35.	Понятие «внешняя» и «внутренняя» лояльность. Формирование лояльности с позиций HR и PR- менеджмента.
36.	Нематериальная мотивация как система PR –управления лояльностью сотрудников организации.
37.	Внутрикорпоративные PR –кампании: особенности, значение.
38.	Корпоративная культура как фактор формирования лояльности.

5.3. Фонд оценочных средств

Оценочные материалы для текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы рассмотрены и одобрены на заседании кафедры от « 30 » 08 2023 г. протокол № 1, являются приложением к рабочей программе

5.4. Перечень видов оценочных средств

контрольная работа, практические задания, доклад, тест, ситуационные задачи

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

6.1.1.1 Реклама социальных проектов : методическое пособие / А. Л. Абаев, Г. Г. Вельская, А. Г. Жилиев [и др.] ; под общ. ред. Г. Г. Вельской. - 5-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 94 с. - ISBN 978-5-394-05245-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2084169> (дата обращения: 03.08.2023). – Режим доступа: по подписке.

6.1.1.2 Осипова, Е. А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства : монография / Е. А. Осипова. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. - ISBN 978-5-16-103663-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/523516> (дата обращения: 03.08.2023). – Режим доступа: по подписке

6.1.1.3 Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 294 с. - ISBN 978-5-394-04872-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082442> (дата обращения: 03.08.2023). – Режим доступа: по подписке.

6.1.2. Дополнительная литература

6.1.2.1	Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) // СПС «Консультант Плюс».
6.1.2.2	Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: https://doi.org/10.12737/01756-2 . - ISBN 978-5-369-01756-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/953324 (дата обращения: 11.08.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.3	Вельская, Г. Г. Социальные коммуникации и социальная реклама в сфере инклюзивных практик : учебно-методическое пособие / Г. Г. Вельская, А. Л. Абаев ; под общ. ред. Г. Г. Вельской. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 124 с. - ISBN 978-5-394-05458-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2041750 (дата обращения: 11.08.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.4	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. - 326 с. - ISBN 978-5-394-04207-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2083279 (дата обращения: 11.08.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.5	Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П. А. Кузнецов. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. — 296 с. - ISBN 978-5-394-01068-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091796 (дата обращения: 12.08.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.6	Черепанов, В. Д. Технологии рекламы и связей с общественностью в различных средах : учебно-методическое пособие / В. Д. Черепанов. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 44 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1896574 (дата обращения: 12.08.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.7	Кузьмин, С. С. Корпоративный рост: модели и методы : монография / С. С. Кузьмин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 184 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-005367-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1843598 (дата обращения: 03.08.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.8	Каракчиева, В. Л. Шаг к успеху в бизнесе. Корпоративная культура. Steppingstone to Success in Business. Corporate Culture : учебное пособие / В. Л. Каракчиева. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2019. - 74 с. - ISBN 978-5-7782-3751-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1866304 (дата обращения: 03.08.2023). – Режим доступа: по подписке.

6.2. Перечень ресурсов сети «Интернет»

6.2.1 Официальный сервер органов власти РФ. URL: <http://www.gov.ru/>

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1.	ConsultantPlus (правовая информационная система, договор №459363 от 21.11.2019, российское ПО)
6.3.1.2.	Windows 7 (операционная система, договор № 48509295 от 17.05. 2011)
6.3.1.3.	MSOffice2010 (комплект офисного ПО, договор № 48509295 от 17.05. 2011)
6.3.1.4.	Lazarus (открытая среда разработки программного обеспечения на языке ObjectPascal для компилятора FreePascal, открытое ПО)
6.3.1.5.	OpenOffice (комплект офисного ПО, открытое ПО)
6.3.1.6.	NVDA (ПО для помощи людям с ОВЗ управлять компьютером, открытое ПО)
6.3.1.7.	WindowsXP (операционная система, лицензия №42036743 от 16.04.2007)
6.3.1.8.	MSOffice 2007 (комплект офисного ПО, лицензия №43224817 от 19.12.2007)
6.3.1.9.	AstraLinux Орел (операционная система на базе DebianGNU/Linux, открытое ПО)
6.3.1.10.	LibreOffice (кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом, открытое ПО)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Научная электронная библиотека, ИСС, http://elibrary.ru
6.3.2.2	Российская Государственная библиотека, ИСС, http://www.rsl.ru
6.3.2.3	Федеральная служба государственной статистики, база данных, https://rosstat.gov.ru/
6.3.2.4	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области, база данных, https://kurskstat.gks.ru/
6.3.2.5	Электронно-библиотечная система Znanium.com, база данных,
6.3.2.6	Официальный интернет-портал правовой информации, база данных http://pravo.gov.ru/
6.3.2.7	Научная библиотека КиберЛенинка, ИСС, http://cyberleninka.ru/
6.3.2.8	Федеральный портал проектов нормативных правовых актов, база данных, https://regulation.gov.ru/
6.3.2.9	Информационно-правовой портал Право.ru, ИСС, https://pravo.ru/
6.3.2.10	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия), ИСС, http://uisrussia.msu.ru/
6.3.2.11	Федеральный портал «Российское образование», ИСС, http://www.edu.ru/
6.3.2.12	Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (электронные статьи), ИСС, http:// www.ecsocman.edu.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. 305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35, Ауд. 110

7.2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

7.3. Столы компьютерные; стулья; стол учеб. (стол лектора); шкафы

Персональные компьютеры AMD Ryzen 5 3400G/8GB/250GB; Intel Core i3/8GB/250GB доска одинарная стационарная; сплит-система; жалюзи; огнетушители; кресла; стенд, рециркулятор бактерицидный

Программное обеспечение: AstraLinux Орел, LibreOffice, Inkscape, Gimp, Geany, Visual Studio Code, IntelliJ IDEA, PyCharm, Consultant Plus. 1С учебная версия 8.3

Интерактивная панель Geckotouch Interactive IP75GT-C, проектор Epson EH-TW 740

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях. Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, в виде проблемных дискуссий в форме диалога.

Излагаемый материал может показаться студентам сложным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных источников, в том числе – зарубежных. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике при решении учебных профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Лекционное занятие должно быть содержательным, проблемным, диалоговым, интересным, эффективным, отличаться новизной рассмотрения учебных вопросов.

Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским/практическим занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и умение работать в сети «Интернет».

Методические рекомендации студентам по подготовке к практическим занятиям.

По каждой теме учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Практическое занятие проводится в соответствии с учебным планом.

Подготовка студентов к практическому занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара/практического занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, эссе, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника тренинга или деловой игры;
- заблаговременное решение учебно-профессиональных задач к занятию.

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а также творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых понятий и психологических категорий.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1–2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить в виде текстов и презентаций развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным вопросам на каждом учебном занятии. Одобряются и поощряются инициативные выступления с докладами, эссе по темам практических занятий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников. При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на систематичность и регулярность изучения основной и дополнительной литературы, конспекта лекций, а также выполнения домашних заданий. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. Особое внимание необходимо обратить на подготовку к практическим занятиям, предусматривающим моделирование различных ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении на ЭВМ. Подготовленные студентами модели должны быть адекватными, доступными для непосредственного восприятия, конкретными, определенными, изменчивыми и т.д.

Методические рекомендации студентам по подготовке к контрольным заданиям, фиксированных выступлений и докладов к практическим занятиям. При подготовке к докладу на практическом занятии по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и с дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада, эссе и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения. Особенно следует обратить внимание на безусловную обязательность решения домашних задач, указанных преподавателем к практическому занятию.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету.

При подготовке к зачету студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть основные задания, выполненные самостоятельно и на практических занятиях, а также составить ответы на все вопросы, вынесенные на зачет.