**Санкт-Петербургский филиал федерального государственного  
автономного образовательного учреждения высшего   
образования «Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»**

Факультет Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента

Департамент менеджмента

**Рабочая программа дисциплины**   
**«Стратегическое управление и корпоративные коммуникации»**

для майнора «Коммуникации в бизнесе»

для образовательной программы «Востоковедение»  
направления подготовки 58.00.00 Востоковедение и африканистика;

для образовательной программы «История»  
направления подготовки 46.00.00 История и археология;

для образовательных программ «Экономика»;  
«Логистика и управление цепями поставок»   
направления подготовки 38.00.00 Экономика и управление;

для образовательной программы «Политология и мировая политика»  
направления подготовки 41.00.00 Политические науки и регионоведение;

для образовательной программы «Социология и социальная информатика»  
направления подготовки 39.00.00 Социология и социальная работа;

для образовательной программы «Филология»  
направления подготовки 45.00.00 Языкознание и литературоведение;

для образовательной программы «Юриспруденция»  
направления подготовки 40.00.00 Юриспруденция;

уровень бакалавриат

Разработчик программы  
Тульчинский Г.Л., gtulchinskij@hse.ru

Согласовано академическим руководителем майнора

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_2018 г.

Санкт-Петербург, 2018

# *Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*

# **Область применения и нормативные ссылки**

Настоящая рабочая программа дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину «**Стратегическое управление и корпоративные коммуникации**», учебных ассистентов и студентов для образовательной программы «Востоковедение» подготовки 58.00.00 Востоковедение и африканистика, для образовательной программы «История» направления 46.00.00 История и археология, для образовательных программ «Экономика», «Логистика и управление цепями поставок» направления 38.00.00 Экономика и управление, для образовательной программы «Политология и мировая политика» направления 41.00.00 Политические науки и регионоведение, для образовательной программы «Социология и социальная информатика» направления 39.00.00 Социология и социальная работа, для образовательной программы «Филология» направления 45.00.00 Языкознание и литературоведение, для образовательной программы «Юриспруденция» направления 40.00.00 Юриспруденция,, подготовки бакалавров.

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с:

* Образовательными стандартами НИУ ВШЭ по направлениям 58.00.00 Востоковедение и африканистика, 46.00.00 История и археология, 38.00.00 Экономика и управление, 41.00.00 Политические науки и регионоведение, 39.00.00 Социология и социальная работа, 45.00.00 Языкознание и литературоведение, 40.00.00 Юриспруденция; Образовательным стандартом ФГАОУ ВО «НИУ «Высшая школа экономики» по направлению подготовки 38.00.00 Экономика и управление. Квалификация: Магистр, утвержденным Ученым советом НИУ «Высшая школа экономики»;
* Объединенными учебными планами НИУ ВШЭ - Санкт-Петербург по направлениям подготовки 58.00.00 Востоковедение и африканистика, 46.00.00 История и археология, 38.00.00 Экономика и управление, 41.00.00 Политические науки и регионоведение, 39.00.00 Социология и социальная работа, 45.00.00 Языкознание и литературоведение, 40.00.00 Юриспруденция;
* Образовательными программами «Востоковедение», «История», «Логистика и управление цепями поставок», «Политология и мировая политика», «Социология и социальная информатика», «Управление и аналитика в государственном секторе», «Филология», «Экономика», «Юриспруденция».

**2. Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Стратегическое управление и корпоративные коммуникации» являются:

* приобретение студентами знаний о современных концепциях, организации, технологиях стратегического управления и корпоративных коммуникаций, оценке их эффективности;
* формирование у студентов представлений о требованиях к компетентности управленческого состава и персонала, необходимых для реализации стратегического управления и корпоративных коммуникаций;
* приобретение знаний, умений и навыков критического анализа кейсов по стратегическому управлению и корпоративным коммуникациям;
* формирование практических навыков по формированию и презентации проектов и программ развития корпоративных коммуникаций;
* расширение у студентов общегуманитарного и профессионального кругозора.

# **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

| **Компетенция** | **Код по ОС ВШЭ** | **Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)** | **Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции** | **Форма контроля уровня сформированности компетенции** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Способен учиться, приобретать новые знания, умения, в том числе в области, отличной от профессиональной | УК-1 | Анализирует проблемы, связанные с коммуникацией в профессиональной деятельности, распознает причины их возникновения и способен к прогнозу перспектив их разрешения | Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа | Домашнее практическое задание , аудиторная работа, экзамен |
| Способен работать с информацией: находить, оценивать и использовать информацию из различных источников, необходимую для решения научных и профессиональных задач (в том числе на основе системного подхода) | УК-5 | Использует инструменты кейс-стади, работать с источниками информации, составлять базы данных (медиа-карту), способен систематизировать и синтезировать сведения, полученные разными способами | Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа | Домашнее практическое задание, аудиторная работа, экзамен |
| Способен грамотно строить коммуникацию, исходя из целей и ситуации общения | УК-8 | Предлагает тему, организует дискуссию, включается в обсуждение проблем, предложенных другими | Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа | Домашнее задание, его презентация и обсуждение, аудиторная работа |

# **Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина относится к дисциплинам дополнительного профиля (майнора) профессионального цикла дисциплин.

Изучение данной дисциплины открывает майнор «Коммуникации в бизнесе».

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

* общеорганизационный контекст, который определяет структуру и характер внутриорганизационных коммуникаций;
* основные характеристики российского и международного менеджмента, определяющие систему внутренних коммуникаций в организации и характер взаимодействия ее сотрудников;
* основные принципы управления организационными коммуникациями, применяемые в организациях разного типа.

Уметь:

* анализировать кейсы из практики отечественных и зарубежных организаций;
* анализировать внутреннюю среду и планировать (этапы организации, продвижение и оценка) развитие системы организационных коммуникаций.

Иметь навыки (приобрести опыт):

* чтения и анализа академической и прикладной литературы по исследованиям в области организационного поведения, коммуникативного процесса, корпоративной культуры;
* критического анализа ситуаций, связанных с решением вопросов организации практического взаимодействия сотрудников организации;

Данная дисциплина необходима для последующих дисциплин майнора «Коммуникации в бизнесе»: «Корпоративная культура и внутренние коммуникации», «Интегрированные маркетинговые коммуникации» и «Новые медиа и бизнес-коммуникации».

# **Тематический план учебной дисциплины**

Курс рассчитан на 60 аудиторных часов, из них 40 часов лекций, 20 часов семинаров, общим объёмом 5 зачётных единиц (190 часов).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №№ | Название раздела | Всего часов |  | | |
| Лекции | Семин., практ. | Самост. работа |
| 11 | Управленческие стратегии и стратегический менеджмент | 14 | 4 | - | 10 |
| 22 | Технология современного менеджмента и коммуникация | 24 | 4 | - | 20 |
| 33 | Позиционирование бизнеса в современном обществе | 22 | 6 | 2 | 14 |
| 44 | Социальное признание и нематериальные активы бизнеса | 20 | 4 | 2 | 14 |
| 55 | Работа со СМИ (media relations) | 30 | 4 | 4 | 22 |
| 66 | Работа с органами власти (GR) | 26 | 4 | 2 | 20 |
| 77 | Специальные события и социальные мероприятия | 18 | 4 | 4 | 10 |
| 88 | Социальное партнерство и коммуникативные технологии КСО | 18 | 6 | 2 | 10 |
| 19 | Управление развитием корпоративных коммуникаций, методы оценки их эффективности | 18 | 4 | 4 | 10 |
| ИТОГО | | 190 | 40 | 20 | 130 |

# **Содержание дисциплины**

**Тема 1. Управленческие стратегии и стратегический менеджмент**

Роль стратегии в развитии бизнеса. Концепция и практики стратегического менеджмента. Виды и типы бизнес-стратегий. Внешние и внутренние факторы выбора стратегий развития компании. Стратегический менеджмент и маркетинг. Бизнес-стратегия и менеджмент.

**Тема2. Технология современного менеджмента и коммуникация**

. Основные этапы развития технологии управления. Эволюция технологии менеджмента: динамика факторов успеха дела и критериев оценки эффективности, нарастание социально-культурных и коммуникативных факторов. Нарастание зависимости успеха дела от создания благоприятной внешней социальной среды, мотивации персонала и специалистов, репутации.

Коммуникация и информация. Роль коммуникации в развитии общества, современной цивилизации. Виды и типы коммуникаций. Коммуникативные особенности массового информационного общества, новые формы бизнеса и занятости. Перспективы цифровой экономики. Сетевая рента. Социальный, человеческий капиталы и publicity.

Проблема доверия. Требования к коммуникативной компетентности современного руководителя.

Роль коммуникации в формировании и развитии компании. Уровни корпоративных коммуникаций. Коммуникативные корпоративные стратегии. Виды корпоративных коммуникаций.

**Тема 3. Позиционирование бизнеса в современном обществе**

Социально-культурное значение современной деловой активности. Социальные функции и зоны социальной ответственности бизнеса. Исторические и социально-культурные факторы восприятия бизнеса российским обществом. Бизнес и гражданское общество.

Социальная среда бизнеса. Внешние и внутренние коммуникации. Контактные и целевые группы, их имиджевые, репутационные и партнерские ожидания. Бизнес как интегратор интересов различных социальных сил. Стейкхолдеры, группы интересов и группы влияния. Особенности позиционирования бизнеса в «холодном» и «горячем» обществе. Основные стадии позиционирования бизнеса в обществе. Общественное мнение и рынок труда. Изучение и формирование общественного мнения. Институт корпоративной социальной ответственности (КСО). Международные стандарты КСО

***Семинар 1. 2 часа***

1. *Ожидания контактных групп из рыночной и социальной среды компании.*
2. *Международные стандарты КСО*
3. *Отечественные практики КСО*

**Тема 4. Социальное признание и нематериальные активы бизнеса**

Социальная ответственность и рынок. Ответственность перед потребителем. Формы рыночного партнерства и современная договорная культура. Цивилизованная конкуренция, бизнес-ассоциации и объединения. Investor Relations: формирование и развитие отношений с инвесторами, кредиторами, спонсорами экспертами.

Природа имиджа и репутации, роль общественного мнения в их формировании и развитии. Бренд как имиджево-репутационная составляющая капитализации и как идентичность потребителя. Брендинг как коммуникативная технология. Разделение и взаимодополнение функций рекламы и PR в брендинге. Взаимодействие товарных, корпоративных и региональных брендов. Брендинг и социальная мифология современного общества. Бренд-интеграция современного бизнеса и общества. Бренд-интегрированный менеджмент и работа с персоналом. Методы оценки нематериальных активов и репутационный менеджмент.

***Семинар 2. 2 часа***

1. *Бренды как современные социальные мифы.*
2. *Этапы эффективного брендинга.*
3. *Система взаимоподдержки брендов в бизнесе и политике. Бренды товаров, организаций, регионов, стран, персональные бренды.*

**Тема 5. Работа со СМИ (media relation)**

Принципы отношений с журналистским корпусом. Виды СМИ: пресса, электронные СМИ (радио, ТВ, информационные агентства, интернет). Типы СМИ. Их специфика и возможности для целей PR. Средства МК и государственная власть: модели взаимодействия и реальная практика. СМК как «четвертая власть». Манипулятивный потенциал СМК. Форматы распространения информации: новости и слухи. Выбор СМИ для сотрудничества. Разработка медиа-карты. Фоновая информация. Виды пресс-релизов и требования к их оформлению. Требования к подготовке и проведению пресс-конференции: время проведения, сценарий проведения, регистрация, ведение, раздаточные материалы, наглядные материалы, угощение. Посещение объектов и экскурсии. Приглашения журналистов на корпоративные мероприятия. Работа со СМИ в чрезвычайной (кризисной, скандальной) ситуации. Новостной менеджмент.

***Семинар 3. 2 часа***

1. *Государственная политика в области СМК в Российской Федерации.*
2. *Формы владения СМК. Влияние форм собственности на функционирование СМК.*
3. *Экономические, политические и правовые условия реализации свободы слова и информации в России.*

***Семинар 4. 2 часа***

1. *Жанры политической журналистики.*
2. *Критерии выбора публикаций: приоритетность, неординарность, новизна, политический и иной успех, высокий общественный статус действующих лиц.*
3. *Этапы эффективного управления новостями.*

**Тема 6. Работа с органами власти (GR)**

Участие бизнеса в политической жизни: направления и формы участия. Политика и лоббизм. Лоббирование и защита интересов компании. Участие в формировании и деятельности органов власти. Подготовка проектов законов и решений. Работа с электоратом. Информационное обеспечение органов власти. Организация общения представителей власти и делового мира. Союзы и объединения малого и среднего бизнеса. Особенности взаимодействия бизнеса и государственной власти в России: направления и формы. Статус лоббистской организации. Коррупция и цивилизованное легитимное лобби. Бизнес и НКО в современной России. Закон о лобббистской деятельности. Лобби и политическая демократия.

***Семинар 5. 2 часа***

1. *Зарубежный опыт организации лоббистской деятельности.*
2. *Отечественная практика лоббизма.*
3. *Перспективы правового упорядочения лоббизма в РФ.*

**Тема 7. Специальные события и социальные мероприятия**

Событийный менеджмент и управление новостями, межличностными контактами. Проведение социальных мероприятий – праздников, конкурсов, фестивалей как форма корпоративных коммуникаций. Презентации. Конференции, круглые столы, семинары. Церемонии. Акции, выставки, ярмарки. Возможности выставок и ярмарок в плане PR, требования к их подготовке и проведению.

***Семинар 6-7. Текущий и представительный прием 4 часа***

1. *Требования к организации и обеспечению текущего приема. Место и время текущего приема. Приемный офис.*
2. *Представительский прием. Этапы подготовки и проведения.*

**Тема 8. Социальное партнерство и коммуникативные технологии КСО**

Социальные инвестиции и социальное партнерство: содержание и основные направления. Инвестиции в развитие человеческого капитала. Профсоюзы: противостояние и/или партнерство. Инвестиции в сохранение и развитие материальной среды места размещения. Инвестиции в гуманитарное и социальное развитие. Потенциал советского опыта разработки планов социально-экономического развития предприятия и региона. Корпоративная и региональная социальная политика. Социальная политика, социальная стабильность и развитие регионов.

Коммуникативные технологии КСО. Спонсорство, патронаж и благотворительность, их правовое оформление. Меценатство периода первоначального накопления: проблемы развития донорства в современной России. Виды деятельности, предпочитаемые для спонсорской поддержки, а также для благотворительности, причины предпочтений. Корпоративная благотворительность и интегрированные маркетинговые коммуникации: стратегии и алгоритмы. Особенности и проблемы развития благотворительности в современной России. Сотрудничество с НКО. Эндаумент.

Социальный аудит и гуманитарная экспертиза бизнеса как многовекторная коммуникация и как фактор формирования и развития гражданского общества. Современная практика нефинансовых социальных отчетов. Международные стандарты и индексы КСО: содержание, особенности применения в России. Международные и российские организации, занимающиеся вопросами КСО. Социальные инвестиции, КСО и корпоративное гражданство. Оценка эффективности СИ и СП с позиций общества и с позиции самого бизнеса. Матрица ЭСИСП и рейтинг ЭСИСП.

Социальные коммуникации бизнеса: от манипуляции к социальному партнерству. PR как Public Relations и Public Resposibility.

***Семинар 8. Коммуникативные технологии КСО 2 часа***

1. *Социальные функции современного бизнеса*
2. *Зарубежный и отечественный опыт КСО.*
3. *Социальный аудит и гуманитарная экспертиза.*

**Тема 9. Управление развитием корпоративных коммуникаций, методы оценки их эффективности**

Организация и управление корпоративными коммуникациями. Специализированные услуги агентств, бюро и т.п. Преимущества обращения к услугам профессионалов и возможные проблемы, риски и трудности. Создание специальной службы корпоративных коммуникаций, возможная координация работы других служб.

Обеспечивающие технологии корпоративных коммуникаций. Полиграфическая продукция. Фото-, кино, видео-материалы, Интернет. Роль и значение фото-, кино-, видео-материалов. Требования к их качеству. Необходимость обеспечения их многоразового и многопрофильного использования. Возможности использования слайдов. Архивация и организация фото-, кино-, видеотеки. Перспективы мульти-медиа. Возможности Интернета и PR.

Планирование корпоративной коммуникативной деятельности, ее финансирование. Первые лица как организаторы корпоративных коммуникаций.

Комплекс личностных и деловых качеств организаторов корпоративных коммуникаций. Требования к их компетентности и подготовке. Составляющие элементы коммуникационной компетентности. Фактор гуманитарной подготовки. Отечественный и зарубежный опыт подготовки специалистов по корпоративным коммуникациям, практики переподготовки и повышения квалификации.

***Семинар 9. 2 часа***

1. *Коммуникативные технологии обеспечения внутренних коммуникаций. Возможности Интранета.*
2. *Разработка смет на обеспечение внешнего облика работников.*
3. *Представительские расходы.*

***Семинар 10. Проблема оценки эффективности корпоративных коммуникаций 2 часа***

1. *Подходы к анализу эффективности корпоративных коммуникаций*
2. *Виды и уровни эффективности*
3. *Показатели эффективности*

# **Оценочные средства**

# **Формы контроля знаний студентов**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Тип контроля | Форма  контроля | 1 модуль | 2 модуль | Параметры |
| Текущий | Домашнее задание | \* | \* | Разработка и подготовка презентации практического задания (проекта). |
| Аудиторная работа | \* | \* | Выполнение заданий и анализ возникающих кейсов при подготовке практического задания (проекта). |
| Итоговый по дисциплине | Итоговая публичная презентация |  | \* | Итоговая презентация и публичное обсуждение практического задания (проекта). Собеседование по итогам курса и практического задания |

* 1. **Критерии и шкалы оценки, примеры заданий**

**7.2.1.Текущий контроль**

**Текущий контроль по дисциплине складывается из:**

- Оценки за выполнение практического задания по дисциплине и его публичную презентации;

- Оценки за активность при обсуждениях практических заданий и анализе соответствующих кейсов;

- Оценки по стратегическому управлению.

**Практическое задание по дисциплине**

Практическое задание является проектной разработкой, которая выполняется в небольших группах или в одиночку в течение двух модулей (на протяжении изучения дисциплины), и публичная презентация его выполнения, включая ответы на вопросы и замечания, осуществляется на последнем практическом занятии.

Подготовка проекта представляет собой самостоятельную групповую работу студентов, посвященную подготовке и презентации проекта развития внешних коммуникаций организации (подразделения) (по выбору).

Объем текста – не менее 20 стр.

Продолжительность итоговой презентации – 10 минут + 10 минут ответы на вопросы и замечания.

Примеры тематики заданий (могут меняться и уточняться по согласованию с преподавателем).

При необходимости осуществляется дистанционная поддержка контроля (выдача заданий, проверка работ и др.) с помощью эл. ресурсов филиала.

Выполнение практического задания включает в себя:

* + характеристику социальной среды организации, включая ожидания контактных групп и рейтингования их приоритетности для развития организации;
  + медиа-карту (не менее 2-х конкретных СМИ для каждого вида масс-медиа;
  + план работы на год по развитию корпоративных коммуникаций, формированию и продвижению имиджа организации;
  + сценарный план одного из мероприятий из годового плана;
  + новостной пресс-релиз по итогам этого мероприятия.
  + публичная защита (презентация) выполненного практического задания.

**Критерии оценивания проектных практических заданий -** О*практ.задан.***:**

|  |  |
| --- | --- |
| Оценка | Критерии |
| «Отлично»  (8-10) | Проект выполнен в полном объеме. Идеи проекта оригинальны и проработаны по всем блокам тем, которые включены в тематический план курса. Презентация выполнена и представлена на итоговом занятии. Группа презентовала проект, и участники ответили на все дополнительные вопросы. |
| «Хорошо»  (6-7) | Проект выполнен в полном объеме. Идеи проекта оригинальны и частично проработаны по всем блокам тем, которые включены в тематический план курса (допускается проработка проекта на 80% от требуемого объема). Презентация выполнена и представлена на итоговом занятии. Группа презентовала проект, и участники ответили на все дополнительные вопросы. |
| «Удовлетворительно»  (4-5) | Проект выполнен частично. Идеи проекта оригинальны и частично проработаны по блокам тем, которые включены в тематический план курса (допускается проработка проекта на 60% от требуемого объема). Презентация выполнена и представлена на итоговом занятии. Группа презентовала проект, и участники ответили на все дополнительные вопросы. |
| «Неудовлетворительно» (0-2) | Проект выполнен частично. Идеи частично проработаны по блокам тем, которые включены в тематический план курса (менее 60% от требуемого объема). Или презентация проекта не сделана и не представлена на итоговом занятии. |

**Критерии оценивания работы на семинарских занятиях -** О*активн***:**

Оценивается работа студентов во время семинарских занятий (выступление с презентацией, участие в дискуссии, ответы на вопросы и т.п.)

|  |  |
| --- | --- |
| **Оценка** | **Критерии** |
| «Отлично»  (8-10) | Студент обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала; принимает активное участие в обсуждении по теме семинарских занятий; усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала. |
| «Хорошо»  (6-7) | Студент обнаруживает полное знание учебно-программного материала и основных категорий курса; усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, принимает систематическое участие в обсуждениях на семинарских занятиях. |
| «Удовлетворительно»  (4-5) | Студент обнаруживает знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, участвует в обсуждении, задает вопросы. |
| «Неудовлетворительно»  (0-2) | Студент не принимает участия в обсуждении на семинарском занятии, не обнаруживает знания основного учебно-программного материала. |

* 1. **Порядок формирования оценок по дисциплине**

**Оценивание знаний** проводится по десятибалльной шкале и по накопительной системе.

В накопительной системе итоговая оценка может быть получена накоплением баллов за все формы текущего контроля. Основой для итоговой оценки является результирующая оценка.

*Методика формирования результирующей оценки:*

Оценка по каждой форме контроля имеет свой вес в итоговой оценке.

- оценка за выполнение практического задания и его публичную презентацию– пропорция от 60% итоговой оценки (в случае только письменного предъявления без публичной презентации и обсуждения, оценка снижается до 30%);

- оценка за активность при обсуждениях практических заданий – пропорция от 20% итоговой оценки;

- оценка по стратегическому управлению – пропорцию от 20% итоговой оценки.

Результирующая (накопленная) оценка является суммой оценок по каждому виду контроля, умноженных на свои коэффициенты.

Способ округления экзаменационной оценки - до 0,5 единиц – в сторону уменьшения значения, от 0,5 и выше – в сторону увеличения значения.

# Программа дисциплины не предусматривает процедуры пересдачи форм текущего контроля.

# Если студент заинтересован в повышении накопленного балла при округлении или не накопил достаточное количество баллов для аттестации, он сдает экзамен в форме собеседования. В этом случае при полностью успешном собеседовании (10 баллов) к накопленной оценке может быть добавлено не более 0,3 балла. При прохождении такого собеседования студенту не предоставляется возможность получить дополнительные баллы для компенсации оценки за текущий контроль. Оценка за итоговое собеседование по дисциплине не является блокирующей, при неудовлетворительной оценке собеседования результирующая оценка рассчитывается по формуле расчета итоговой накопительной оценки.

Итоговая накопительная оценка будет представлять сумму оценок по каждому виду контроля.

*Оитог.накопит.* =  *n1Опракт. задан.*  *+ n2·Оактивн. + n3·Отест + (n4·Оэс)*

где: *n1 = 0,6;*  *n2 = 0,2; n3 = 0,2; n4·< 0,03*

# **Образовательные технологии**

При реализации различных видов учебной работы в рамках дисциплины используются различные образовательные технологии:

- активные и интерактивные формы проведения занятий – семинары, дискуссии, рассмотрение кейсов;

- самостоятельная работа, поиск необходимых материалов, подготовка докладов и сообщений, подготовка, презентация и публичное обсуждение разработанного проекта;

- групповая работа по разработке проекта в рамках практического задания.

По возможности проводятся мастер-классы отечественных и зарубежных экспертов и специалистов.

Изучение курса осуществляется на основе проведения взаимосвязанных между собой видов учебных занятий и форм обуче­ния, к числу которых относятся лекционные, практические занятия, самостоятельная работа студентов, другие активные методы обучения: выполнение практических заданий, разбор ситуаций, деловые игры, групповые дискуссии.

Особое значение придается самостоятельной работе студентов, которая предусматривает: повторение пройденного материала с использованием конспектов лекций, ознакомление с рекомендованной по каждой учебной теме литературой; в том числе и с использованием возможностей Интернета, подготовку сообщений согласно тематике планов проведения семинаров и групповых дискуссий, работу над практическим заданием.

# **Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

* 1. **Базовые учебники**
* Федулов Ю.К Управление общественными отношениями. М.: Вузовский учебник, 2010. – 153 с.
* Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика. М.: Дело, 2008.
  1. **Основная литература**
* Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика: учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. (Электронная подписка НИУ ВШЭ – Электронная библиотека Юрайт <https://biblio-online.ru/book/delovye-kommunikacii-teoriya-i-praktika-425851>)
* Комаровский В.С. Управление общественными отношениями. М.: РАГС, 2009.
* Толстых П.А. Практикум по лоббизму в России М.: КАНОН+, 2007. – 280 с.;
  1. **Дополнительная литература**
* Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технология. М.: Аспект-пресс, 2008.
* Тульчинский Г.Л., Герасимов С.В., Лохина Т.Е. Менеджмент специальных событий. СПб: Лань, 2010.
* GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. М.: РОССПЭН, 2012. -407 с.
  1. **Информационно-справочные системы**

Для подготовки к семинарским занятиям и самостоятельной работы по тематике дисциплины студентам рекомендуется обратиться к следующим ресурсам:

* eLIBRARY.RU
* EastView
* Science Direct
* EBSCO
* Emerald
* SAGE Journals Online
* Springer Link
* Oxford Reference Online Premium
* Oxford English Dictionary

Доступ к указанным ресурсам осуществляется по ссылке: <https://library.hse.ru/e-resources>.

*Справочники, словари, энциклопедии*

Студенты вправе пользоваться любыми доступными отечественными и зарубежными энциклопедиями, словарями и справочниками.

Рекомендации по подбору дополнительных материалов с использованием указанных ресурсов студенты получают у преподавателя.

1. **Методические рекомендации** 
   1. **Методические рекомендации преподавателю**

В области умений, приобретаемых студентом в процессе изучения дисциплины, студент должен требованиям, изложенным в п.3 и 7 данной программы.

В связи с тем, что требования к **предметным умениям** выступают конкретизацией, применительно к материалу **общеучебных умений**, целесообразно осуществлять анализ уровня умений студентов по следующим основным направлениям:

**анализ мыслительных умений**: выделение главной мысли, идеи в лекции либо в письменном тексте, умение анализировать явление, сравнивать, обобщать, делать выводы, осуществлять перенос знаний (внутрипредметные и межпредметные связи, связь с современностью, с личным жизненным опытом и т.д.), умение определять собственную позицию по отношению к получаемым на занятии сведениям, четко формулировать ее, аргументировать свою точку зрения, высказывать оценочные суждения, осуществлять самоанализ;

**анализ коммуникативных умений**: владение устной и письменной речью, умение вести диалог, участвовать в дискуссии; в развернутой монологической речи раскрывать содержание изучаемой проблемы, выступать с сообщениями и докладами;

**анализ информационных умений**: воспринимать сведения на слух, фиксировать их в виде записей; умения работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них информацию и оформляя ее в виде цитат, извлечений, тезисов, конспектов и др.; умение систематизировать информацию в виде составления и заполнения таблиц, графиков, схем и др.;

**анализ умений самоорганизации**: умение планировать самостоятельную работу в процессе внеурочной деятельности по подготовке к семинару, коллоквиуму, диспуту; умение работать на занятии в группах сменного состава, участвовать в групповых формах деятельности; умение определять задачи самообразования и реализовывать их.

* 1. **Методические рекомендации студентам**

В качестве важного практического результата изучения курса могут быть следующие требования, согласно которым студенты должны быть способны использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:

- успешного выполнения типичных социальных ролей; сознательного взаимодействия с различными социальными институтами политической жизни;

- совершенствования собственной познавательной деятельности;

- критического восприятия информации, получаемой в межличностном общении и массовой коммуникации; осуществления самостоятельного поиска, анализа и использования собранной социальной информации;

- решения практических жизненных проблем, возникающих в социальной деятельности;

- ориентировки в актуальных общественных событиях, определения личной гражданской позиции;

- предвидения возможных последствий определенных политических действий;

- оценки происходящих событий и поведения людей с политической точки зрения;

- реализации и защиты прав человека и гражданина, осознанного выполнения гражданских обязанностей;

- осуществления конструктивного взаимодействия людей с разными убеждениями, культурными ценностями и социальным положением.

Использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни в процессе изучения студентами данного курса может быть обеспечено на занятиях лишь частично (например, при проведении деловых игр, моделирующих жизненные ситуации, выполнении практических заданий и др.). Наиболее полный результат может быть достигнут лишь на основе их активного участия в жизни вуза, местного сообщества, общественной и политической деятельности в целом. Одной из форм учета этой стороны подготовки студентов может стать создание индивидуальных портофолио.

*Рекомендации для самостоятельной работы студентов*

Самостоятельная работа может рассматриваться как организационная форма обучения – система педагогических условий, обеспечивающих управление учебной деятельностью по освоению знаний и умений в области учебной деятельности без посторонней помощи. Студенту нужно четко понимать, что самостоятельная работа – не просто обязательное, а необходимое условие для получения знаний по дисциплине и развитию компетенций, необходимых в будущей профессиональной деятельности.

Самостоятельная работа проводится с целью:

* систематизации и закрепления полученных на лекциях теоретических знаний;
* углубления и расширения теоретических знаний;
* формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
* развития познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
* формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
* формирования практических (общеучебных и профессиональных) умений и навыков;
* развития исследовательских умений;
* получения навыков эффективной самостоятельной профессиональной (практической и научно-теоретической) деятельности.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

* аудиторная;
* внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа – планируемая учебная работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа, не предусмотренная программой учебной дисциплины, раскрывающей и конкретизирующей ее содержание, осуществляется студентом инициативно, с целью реализации собственных учебных и научных интересов.

Для более эффективного выполнения самостоятельной работы по дисциплине преподаватель рекомендует источники для работы, характеризует наиболее рациональную методику самостоятельной работы, демонстрирует ранее выполненные студентами работы и т. п.

Виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы, их содержание и характер могут иметь вариативный и дифференцированный характер, учитывать индивидуальные особенности студента.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов online и на занятиях в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы осуществляется в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине на семинарских занятиях.

1. **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

При проведении лекционных занятий преподавателем и презентации студентами результатов работы используется ноутбук (или ПК) и мультимедийный проектор.

По согласованию с преподавателем студенты могут пользоваться во время занятий ноутбуки и др. электронные устройства.

*Программные средства*

При подготовке к семинарам, выполнении и презентации практических заданий используются стандартные программы Windows-Office: Word, PowerPoint.

*Дистанционная поддержка дисциплины*

Используются электронные ресурсы - см. выше раздел 9.3.

Для лекций и семинаров используется проектор и компьютер с выходом в Интернет.

Лекции проводятся с использованием презентаций *Power Point* и других аудио-визуальных материалов, связанных с темами занятий в рамках курса. Семинарские занятия проходят в интерактивной форме обсуждения презентаций и кейсов, участия в дебатах.

# **Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться следующих варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

1) *для лиц с нарушениями зрения:* в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

2) *для лиц с нарушениями слуха*: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

3) *для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата*: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.