**СИЛЛАБУС**

**Осенний семестр 2024-2025уч. год**

**по образовательной программе специальности «6B03203 - Связь с общественностью»**

**4 курс, русское отделение**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Код дисциплины** | **Название дисциплины** | **Самостоятельная работа студента (СРС)** | **Кол-во часов**  | **Кол-во кредитов** | **Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя (СРСП)** |
| **Лекции (Л)** | **Практ. занятия (ПЗ)** | **Лаб. занятия (ЛЗ)** |
| SBPP3221 | Финансовый эккаутинг  | 98 | 15 | 0 | 30 | 3 | 7 |
| 5 ESTC |
| **Академическая информация о курсе** |
| **Вид обучения** | **Тип/характер курса** | **Типы лекций** | **Типы практических занятий** | **Кол-во СРС** | **Форма итогового контроля** |
| Комбинированный (дистанционный и онлайн) | Практический | Проблемная, аналитическая и контекстуальная | Ситуационные задания, кейсы и проектирование | 3 | Стандартный письменный оффлайнИС «Univer» |
| **Преподаватель** | Кутпанбаева Жазира Бектемисовна | Офис-часы | По расписанию |
| **e-mail** | Zhaz2704@gmail.com |
| **Телефоны**  | Телефон: 221 13 44 (р. т.), + 7 7472716266 (моб.) |
| **Академическая презентация курса** |
| **Цель дисциплины** | **Ожидаемые результаты обучения (РО)** В результате изучения дисциплины обучающийся будет способен: | **Индикаторы достижения РО (ИД)** (на каждый РО не менее 2-х индикаторов)В результате изучения дисциплиныобучающийся будет уметь: |
| - практическое освоение студентами этапов бизнес-планирования в целом и конкретно в отрасли связи с общественностью, при котором рассматриваются используемые методы и инструментарий казахстанских PR-агентств при подготовке бизнес-плана проекта. | РО 1: - определять потребность в бизнес-планировании и его формах; | ИД 1.1: - интерпретировать основной тезаурус бизнес-планирования,ИД 1.2: - доказывать востребованность бизнес-планирования,ИД 1.3: - различать формы организационно-управленческих подходов и коммуникаций будущего проекта, |
| РО 2: - демонстрировать принципы сбора данных для бизнес-планирования в коммуникационной отрасли; | ИД 2.1: - применять принципы сбора первичных и вторичных данных,ИД 2.2: выбрать инструментальные средства для обработки и оформления данных,ИД 2.3: - отбирать элементы для бизнес-плана с учетом специфики проекта и конъюнктуры рынка, |
| РО 3: - использовать традиционные и новые управленческие решения для информационно-прогностического моделирования в коммуникативной среде; | ИД 3.1: - выстраивать стратегию бизнес-планирования через расчеты, оценки и прогнозирования, ИД 3.2: - формулировать конкурентоспособные идеи для коммуникативных кейсов,ИД 3.3: - аргументировать категории бизнес-планирования с учетом казахстанских реалий, |
| РО 4: - проводить расчеты доходности проектов для привлечения партнеров; | ИД 4.1: - составлять разделы бизнес-плана на основе отечественного и зарубежного опыта, ИД 4.2: - выделять цель, задачи и разделы бизнес-планирования,ИД 4.3: - осуществлять стратегическое и тактическое планирование, |
| РО 5: - обосновывать индикаторы и приоритеты в планах кампаний. | ИД 5.1: - презентовать конечные результаты бизнес-плана на основе традиционных и инновационных подходов, ИД 5.2: - моделировать механизм реализации бизнес-плана,ИД 5.3: - оценивать критически жизненный цикл товара или услуги для расчета эффективности бизнес-планирования. |
| **Пререквизиты** | MMSC2216 |
| **Постреквизиты** | CPR4226 |
| **Литература и ресурсы** | **Учебная литература**:1. Бекетова О.Н. Бизнес-планирование. - М., 2018.2. Горемыкин В.А. Бизнес-планирование: методика разработки. - М., 2011.3. Загородников А.Н. Управление общественными связями в бизнесе. - М., 2016.4. Лопарева А.М. Бизнес-планирование. - М., 2020.5. Стрекалова Н.Д. Бизнес-планирование. - СПб., 2013. **Интернет-ресурсы:** httр://pressсlub.kz Казахстанский пресс-клубhttр://www.naso.kz НАСО<https://www.damu.kz/content/files/OrganizatsiyaKompyuternogoKluba.pdf>Фонд «Даму»<https://www.bi-plan.ru/biznes_plan_pr_agentstva> Сайт бизнес-планов<http://biz-plan.kz/> Бизнес-проект |
| **Академическая политика курса в контексте университетских морально-этических ценностей** | **Правила академического поведения:** Требуется обязательное присутствие студента на всех видах занятий на указанных в силлабусе образовательных платформах и через определенные преподавателем видеосервисы. **ВНИМАНИЕ!** Несоблюдение дедлайнов приводит к потере баллов! Дедлайн каждого задания указан в календаре (графике) реализации содержания учебного курса, а также в МООК.Студенты, пропустившие занятия по уважительной причине (с подтверждением документами), отрабатывают их в дополнительное время. Если студент пропустил более 50% занятий, он автоматически получает оценку F. Студенты, не выполнившие все виды работ, к итоговому экзамену не допускаются. **Академические ценности:**- Студенты должны быть честными и этичными в любое время в их стремлении к академическим целям в соответствии с Кодексом чести студентов университета.- Практические/лабораторные занятия, СРС должна носить самостоятельный, творческий характер.- Недопустимы плагиат, подлог, использование шпаргалок, списывание на всех этапах контроля.- Все виды письменных работ подлежат проверке на антиплагиат.- Студенты с ограниченными возможностями могут получать консультационную помощь по e-mail: Rozhkov.A.W@yandex.kz |
| **Политика оценивания и аттестации** | **Критериальное оценивание:** оценивание результатов обучения в соотнесенности с дескрипторами (проверка сформированности компетенций промежуточных и итоговых контролях). **Суммативное оценивание:** Активность на лекциях 5% Работа на практических занятиях 20%Самостоятельная работа 25%Проектная и творческая деятельность 10%Экзамены 40%ИТОГО 100% Итоговая оценка по дисциплине = (РК1 + МТ + РК2) \* 0,6 + (ИА \* 0,4)Минимальные оценки в процентах:95% - 100%: А 90% - 94%: А- 85% - 89%: В+80% - 84%: В 75% - 79%: В- 70% - 74%: С+65% - 69%: С 60% - 64%: С- 55% - 59%: D+50% - 54%: D 25% - 49%: FX 0% - 24%: F |

**КАЛЕНДАРЬ (график)**

**реализации содержания учебного курса**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Неделя  | Название темы | РО | ИД | Кол-во часов | Максимальный балл | Форма оценки знаний | Форма проведения занятия/платформа |
| Модуль 1 (РК 1)Структура современного бизнес-планирования |  |
| 1 | **Л 1.** Сущность и функции финансов. Возникновение финансов. | РО 1 | ИД 1.1ИД 1.2 | 1 | 2 | ВС 1 | Видеолекция в «Zoom» |
| 1 | **ЛЗ 1.** Возникновение финансовых отношений и характеристика категории «финансы». | РО 1 | ИД 1.1 | 2 | 8 | Фронтальный опрос | Платформа «Zoom» |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 1** |
| 2 | **Л 2.** Финансовая система. Пресс-материалы для продвижения товаров и услуг с помощью информационной среды.. | РО 1 | ИД 1.3 | 1 | 2 | ВС 2 | Видеолекция в «Zoom» |
| 2 | **ЛЗ 2.** Оформить древо целей казахстанских финансовый механизм PR – структур: бизнес, политика, социум, культура. Структура финансовой системы и специфика ее звеньев. *Схема* | РО 1 | ИД 1.2ИД 1.3 | 2 | 8 | ТЗ 2 | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| 2 | **СРС 1.** Составить дерево целей стимулов разработки бизнес-плана. | РО 1 | ИД 1.1ИД 1.2ИД 1.3 | 1 | 5 | Проверка письменных ответов | Система «Univer» |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 2, СЗ 1** |
| 3 | **Л 3.** Управление финансами и финансовый контроль в структуре PR. | РО 2 | ИД 2.1 | 1 | 2 | ВС 3 | Видеолекция в «Zoom» |
| 3 | **ЛЗ 3.** Историческое развитие подходов к финансовой политике государства.*Письменная работа.* | РО 2 | ИД 2.1 | 2 | 8 | Решение ситуационных задач | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| 3 | **СРСП 1. Консультация по выполнению СРСП 11.** Составьте развернутую схему основных направлений работы с журналистами, редакциями различных организаций, предприятий и объединений. | РО 1 | ИД 1.1ИД 1.2ИД 1.3ИД 2.1 | 1 | 20 | Обсуждение портфолио | Система «Univer» |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 3, СРСП 1** |
| 4 | **Л4.** Социально-экономическая сущность финансов. Сущность, функции и виды денег. | РО 2 | ИД 2.1ИД 2.2 | 1 | 2 | ВС 4 | Видеолекция в «Zoom» |
| 4 | **Л4.** Принципы финансовой политики в PR.*Письменная работа. Экспрес опрос.*проекта, проверку данных. | РО 2 | ИД 2.1ИД 2.2 | 2 | 8 | Проектирование в Miro | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 4** |
| 5 | **Л5.** Денежный оборот. Денежная система государства. Маркетинговые коммуникации. Изучение общественного мнения. | РО 2 | ИД 2.2ИД 2.3 | 1 | 2 | ВС 5 | Видеолекция в «Zoom» |
| 5 | **ЛЗ 5.** Содержание финансовой политики Республики Казахстан. Составить кейс образцов использований коммерческий PR в основных отраслях жизнедеятельности Республики Казахстан. *Письменный*. | РО 2 | ИД 2.2ИД 2.3 | 2 | 8 | Созание имитационного моделирования | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| 5 | **СРСП2. Консультация по выполнению СРС 2.** Дискуссия: Необходимость и природа финансов.Объясните и обоснуйте основные принципы взаимоотношений с клиентами.Составьте анкету-опросник финансовой структуры в СО для оценки эффективности мероприятий.Предложите перечень направлений, по которым наиболее эффективно осуществляются финансово- маркетинговые, коммуникации. *Письменный ответ*. | РО 2 | ИД 1.3ИД 2.1ИД 2.2ИД 2.3 | 1 | 25 | Оценка кейса | Система «Univer» |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 5, СРСП 2** |  |
| 5 | **ВСЕГО РК 1** |  |  |  | **100** |  |  |
| Модуль 2 (Midterm)Особенности бизнес-плана в проектах по PR |
| 6 | **Л6.** Информационно-правовая база деятельности в сфере финансового PR. | РО 3 | ИД 3.1 | 1 | 2 | ВС 6 | Видеолекция в «Zoom» |
| 6 | **ЛЗ6.** Сравнить основные принципы Кодексов профессиональных и этических принципов коммерческий PR в разных странах. *Отчет*. | РО 3 | ИД 3.1 | 2 | 8 | Письменный опрос | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| 6 | **СРСП 3. Консультация по выполнению СРСП 3.** СРС3. Выпишите восемь наиболее ярких мест из пресс-материалов различных организаций, предприятий и объединений, характеризующих их финансовую деятельность. *Письменный ответ.* | РО 3 | ИД 1.2ИД 2.2ИД 3.1 | 1 | 15 | Проведение резентаций. | Система «Univer» |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 6, СРСП 3** |
| 7 | **Л 7.** Государственный кредит.Направления деятельности. | РО 3 | ИД 3.2 | 1 | 2 | ВС 7 | Видеолекция в «Zoom» |
| 7 | **ЛЗ 8.** Раскройте содержание основных сфер финансовой структуры в форме таблицы. (*Сущность и экономическая природа государственных доходов*).*Отчет*. | РО 3 | ИД 3.2 | 2 | 8 | ТЗ 7 | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| 7 | **СРС 2.** Провести сравнение рыночной среды в коммуникациях. | РО 3 | ИД 1.2ИД 2.3ИД 3.2 | 1 | 5 | Проверка устных ответов | Система «Univer» |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 7, СЗ 2** |
| 8 | **Л 8.** Государственный кредит.Направления деятельности. | РО 3 | ИД 3.2ИД 3.3 | 1 | 0 | ВС 8 | Видеолекция в «Zoom» |
| 8 | **ЛЗ 8.** Раскройте содержание основных сфер финансовой структуры в форме таблицы. (*Сущность и экономическая природа государственных доходов*).*Отчет*. | РО 3 | ИД 3.2ИД 3.3 | 2 | 8 | Проектирование | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| 8 | **СРСП 4. Консультация по выполнению СРСП 4.** Найти примеры использования методов и средств структуры финансового PR в истории, художественной литературе, кино и оценить их с точки зрения эффективности воздействия. *Подготовить презентацию*.. | РО 3 | ИД 3.1ИД 3.2ИД 3.3 | 1 | 15 | SWOT-анализ | Система «Univer» |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 8, СРСП 4** |  |
| 9 | **Л 9.** Управление информацией в коммерческий PR-деятельности и финансовая структура. | РО 4 | ИД 4.1 | 1 | 2 | ВС 9 | Видеолекция в «Zoom» |
| 9 | **ЛЗ 9.** Краткий экскурсия в историю финансового PR. *Презентация*. | РО 4 | ИД 4.1 | 2 | 8 | Парная работа | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 9** |
| 10 | **Л10.** Специально организованные финансовые структуры как технологический инструмент. | РО 4 | ИД 4.2 | 1 | 2 | ВС 10 | Видеолекция в «Zoom» |
| 10 | **ЛЗ 10.** Составьте и объясните схему финансового PR управления информационными потоками во внутреннем и во внешнем | РО 4 | ИД 4.2 | 2 | 8 | Мозговой штурм | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| 10 | **СРСП 5. Консультация по выполнению СРСП 5.** *Подготовка резюме*. Напишите тезисное изложение бизнес-плана «Привлечение студентов к внутреннему туризму». | РО 4 | ИД 2.3ИД 3.3ИД 4.1ИД 4.2 | 1 | 15 | Проектирование | Система «Univer» |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 10, СРСП 5** |
| 10 | **ВСЕГО МТ** |  |  |  | **100** |  |  |
| Модуль 3 (РК 2)Оценка и показатели |
| 11 | **Л 11.** Оценка эффективности предпринимательской деятельности**.** Изучение общественного мнения. | РО 4 | ИД 4.3 | 1 | 2 | ВС 11 | Видеолекция в «Zoom» |
| 11 | **ЛЗ 11.** Использование коммуникаций. Разъясните методы сборы первичной и вторичной информации. *Индивидуальная работа.* | РО 4 | ИД 4.2ИД 4.3 | 2 | 8 | Проблемное задание  | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 11** |
| 12 | **Л 12.** Движение финансовых ресурсов.Основные модели. | РО 4 | ИД 4.2ИД 4.3 | 1 | 2 | ВС 12 | Видеолекция в «Zoom» |
| 12 | **ЛЗ 12.** Подготовить эссе «Укрепление двусторонних взаимоотношений»Принципы организации системы государственных расходов.*Письменный ответ.* | РО 4 | ИД 4.1ИД 4.2ИД 4.3 | 2 | 8 | ТЗ 12 | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| 12 | **СРС**  **«**Расходы на социальную защиту населения». Оцените уровень взаимоотношений через средства коммерческий PR государства и общества, общества и бизнеса, общества и различных социальных групп. *Таблица, диаграмма.*. | РО 4 | ИД 4.1ИД 4.2ИД 4.3 | 1 | 5 | Проверка СЗ | Система «Univer» |
| 12 | **СРСП 6. Консультация по выполнению СРСП 6.** *Методы стимулирования*. Дайте описание методов стимулирования бизнес-планом «Казахстанские сувениры». | РО 4 | ИД 3.3ИД 4.2ИД 4.2ИД 4.3 | 1 | 20 | Аннотиирование | Система «Univer» |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 12, СЗ3, СРСП 6** |
| 13 | **Л 13.** Основные виды финансового структуры PR – технологий и их классификация**.** Страхование. | РО 5 | ИД 5.1 | 1 | 2 | ВС 13 | Видеолекция в «Zoom» |
| 13 | **ЛЗ 13.** Направления расходования государственных средств в страхование. Проанализируйте лучшие модели управления информацией.*Письменный ответ****.*** | РО 5 | ИД 5.1 | 2 | 8 | Круглый стол  | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 13** |
| 14 | **Л 14.** Финансовый контроль**.** Информационно-правовая база деятельности в сфере финансового PR. | РО 5 | ИД 5.1ИД 5.2 | 1 | 2 | ВС 14 | Видеолекция в «Zoom» |
| 14 | **ЛЗ 14.** Сравнить основные принципы Кодексов профессиональных и этических принципов структуру финансового PR в разных странах. Виды бюджетных дефицитов. *Экспресс-опрос.* | РО 5 | ИД 5.1ИД 5.2 | 2 | 8 | Тесты | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| 14 | **СРСП 7. Консультация по выполнению СРСП 7.** Состав, структура и функции государственного бюджета. Подготовьте описание использования функций коммерческий PR в зарубежных и отечественных акциях. | РО 5 | ИД 1.1ИД 2.3ИД 4.2ИД 5.1ИД 5.2 | 1 | 25 | Составление графиков | Система «Univer» |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 14, СРСП 7** |
| 15 | **Л 15.** Имущественное и личное страхование. Специально организованные финансовые события как технологический инструмент. | РО 5 | ИД 5.2ИД 5.3 | 1 | 2 | ВС 15 | Видеолекция в «Zoom» |
| 15 | **ЛЗ 15.** Презентуйте сценарий проведения специального организованного события (по группам). *Групповой проект*. | РО 5 | ИД 5.2ИД 5.3 | 2 | 8 | Дебаты | Платформа «Zoom»Синхрон/асинхрон |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи ВС 15** |
| 15 | **ВСЕГО РК 2** |  |  |  | **100** |  |  |
|  | **ВСЕГО ЭКЗАМЕН** |  |  |  | **100** |  |  |

Декан факультета журналистики

к.филол.н. Әуесбай К.Ә

Председатель методбюро

к.филол.н. Негизбаева М.О.

Заведующий кафедрой

д.филол.н., доцент Ошанова О.Ж.

Ст. Преподаватель Кутпанбаева Ж.Б.

**Рубрикатор суммативного оценивания**

**Критерии оценивания результатов обучения**

**СРС 1 «Конкурентные преимущества» (12% от 100% РК)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Отлично»** 10-12%   | **«Хорошо»** 7-9%    | **«Удовлетворительно»** 4-6%  | **«Неудовлетворительно»** 0-3%  |
| **Использование методов прогнозирования в PR** | Умение полноценно использовать системный подход для диагностики коммуникационного процесса. | Умение фрагментарно выбрать техники определения состояния коммуникационного процесса. | Умение применять отдельные инструменты для определения состояния коммуникационного процесса. | Не использованы методы коммуникационного прогнозирования или плагиат.  |
| **Изложение стандартных характеристик двусторонней коммуникации** | Точное понимание принципов двусторонней коммуникации. | Понимание в общих чертах уровней принципов двусторонней коммуникации. | Фрагментарное проецирование принципов двусторонней коммуникации, пропуск важных данных. | Непонимание структуры двусторонней коммуникации или плагиат.  |
| **Определение характера новых взаимодействий и позиционирования**  | Выявлены конкретные атрибуты изменения связей с общественностью.  | Выялена часть атрибутов изменения связей с общественностью.  | Выявлены единичные атрибуты изменения связей с общественностью с незначительной актуальностью.  | Не выявлены атрибуты изменения связей с общественностью или плагиат.  |
| **Представление собственного видения развития связей с общественностью** | Модифицированы признанные подходы связей с общественностью с четким отражением собственной точки зрения.  | Модифицированы признанные подходы связей с общественностью с фрагментарным отражением собственной точки зрения.  | Модификация признанных подходов связей с общественностью с расплывчатой собственной точкой зрения. | Отсутствует собственная точка зрения или плагиат.  |

**СРС 2 «Сетевые алгоритмы» (15% от 100% РК)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Отлично»** 12-15%   | **«Хорошо»** 7-11%    | **«Удовлетворительно»** 4-6%  | **«Неудовлетворительно»** 0-3%  |
| **Определение статусности в социальных медиа** | Четкое соотнесение контента анализируемого поста требованиям репутационной поддержки.  | Соотнесение в общих чертах контента анализируемого поста с требованиями репутационной поддержки. | Часть постов не соответствует критерию репутационной поддержки, выбор не отражает известности персон.  | Ошибочный выбор постов или плагиат.  |
| **Классификация нематериальных активов**  | Свободно раскрывает возможности коммуникационных преимуществ репутации инфлюенсера. | Раскрывает в общих чертах возможности коммуникационных преимуществ репутации инфлюенсера или выбирает инфюенсеров ошибочно. | Свободно раскрывает возможности коммуникационных преимуществ репутации инфлюенсера противоречиво, не следуя концептуальным требованиям.  | Незначительное или полное отсутствие отбора инфлюенсеров или плагиат. |
| **Показ комбинирования компонентов известности с учетом специфики соцсети** | Способность сочетать все важные компоненты деловой репутации в кратком сообщении паблика.  | Способность сочетать большую часть компонентов деловой репутации в кратком сообщении паблика. | Способность сочетать минимум компонентов деловой репутации в кратком сообщении паблика. | Критический недостаток компонентов деловой репутации в сообщении паблика или плагиат. |
| **Подтверждение уровня доверия** | Представлены доказательства высокого доверия аудитории персоне в интернете.  | Представлены недостаточные доказательства высокого доверия аудитории персоне в интернете.  | Представлены малоубедительные доказательства высокого доверия аудитории персоне в интернете. | Доказательства высокого доверия аудитории персоне в интернете ошибочные или плагиат. |

**СРС 3 «Подходы инфографики для PR» (10% от 100% РК)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Отлично»** 9-10%   | **«Хорошо»** 6-8%    | **«Удовлетворительно»** 4-5%  | **«Неудовлетворительно»** 0-3%  |
| **Формирование миссии руководителей**  | Изложение цельного комплекса социальных обязательств первых лиц компании.  | Изложение отдельных социальных обязательств первых лиц компании. | Изложение нескольких социальных обязательств первых лиц компании, их ошибочные объяснения. | Неверное изложение социальных обязательств первых лиц компании или плагиат. |
| **Понимание механизма создания легенды** | Представление креативной краткой запоминающейся истории. | Представление ординарной краткой запоминающейся истории. | Представление шаблонами и стереотипами краткой запоминающейся истории. | Не сформирована краткая запоминающаяся история или плагиат. |
| **Параметры популярности в соцсетях** | Наличие творческого подхода и указание принципов популярности компании и руководителей в соцсетях. | Наличие минимального творческого подхода и указание принципов популярности компании и руководителей в соцсетях. | Шаблонный подход и отсутствие ссылок на принципы популярности компании и руководителей в соцсетях.  | Творческий подход не продемонстрирован или плагиат. |
| **Ранжирование рисков** | Приведены все репутационные угрозы авторитету компании и персонам. | Приведены основные репутационные угрозы авторитету компании и персонам. | Приведены несколько или часть неверных репутационных угроз авторитету компании и персонам. | Приеденные образцы не раскрывают требования задания по уровню рисков или плагиат. |

**СРС 4 «Визуалиция» (15% от 100% РК)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Отлично»** 12-15%   | **«Хорошо»** 7-11%    | **«Удовлетворительно»** 4-6%  | **«Неудовлетворительно»** 0-3%  |
| **Ассоциативное мышление** | Оригинальное получение вывода исследования аналогии с причинно-следственной мотивацией. | Традиционное получение вывода исследования аналогии с причинно-следственной мотивацией. | Стереотипное и недостаточное раскрытие вывода исследования аналогии с причинно-следственной мотивацией. | Сравнение не осуществлено или плагиат.  |
| **Умение аргументировать** | Демонстрация четкой формулировки выбора позиции с вербальными маркерами.  | Демонстрация типичной формулировки выбора позиции с вербальными маркерами без углубления в конкретику ситуации. | Демонстрация расплывчатой формулировки выбора позиции с вербальными маркерами, ошибочная позиция. | Позиция не продемонстрирована или плагиат.  |
| **Критический подход** | Указаны стереотипы и креативные подходы квалиметрии репутации.  | Указаны единичные подходы квалиметрии репутации.  | Указан минимум подходов квалиметрии репутации, допущены ошибки.  | Критический подход не продемонстрирован или плагиат.  |
| **Актуализация примеров** | Предложены новейшие и релевантные подтверждения формирования репутации у мужчин и женщин. | Предложены стандартные подтверждения формирования репутации у мужчин и женщин. | Предложены устаревшие или ошибочные подтверждения формирования репутации у мужчин и женщин. | Отсутствуют примеры подтверждения формирования репутации у мужчин и женщин или плагиат. |