



Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ  
ИНФОРМАТИКИ, УПРАВЛЕНИЯ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА В Г. МОСКВЕ»

---

**УТВЕРЖДАЮ:**

**Президент  
НОЧУ ВО «МИИУЭП в г. Москве»**

  
\_\_\_\_\_ **А.В. Хренков**  
**подпись**  
**«30» августа 2019г.**



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Связи с общественностью в органах власти**

**направление подготовки**

**38.03.04 Государственное муниципальное управление**

**Профиль подготовки:**

**«Государственное и муниципальное управление в социальной сфере»**

**Квалификация (степень) выпускника – *бакалавр***

**Форма обучения**

*заочная*

**Москва 2019 г.**

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти».

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-13	способность использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий	<b>Знать:</b> коммуникационные основы реализации проектов в условиях межличностного и межкультурного взаимодействия. <b>Уметь:</b> использовать различные механизмы построения коммуникационных связей при реализации проектов. <b>Владеть:</b> навыками формирования общественного мнения в рамках управления проектами.
ПК-27	способность участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления	<b>Знать:</b> принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; способы и методы использования PR-технологий при разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления. <b>Уметь:</b> анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность разрабатываемых и реализуемых проектов в области государственного и муниципального управления. <b>Владеть:</b> практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью при разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части цикла Б1 «Дисциплины (модули)». Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре.

## 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» составляет 4 зачетные единицы.

Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах) – заочная форма обуче-

ния

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		8	-
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>-</b>
В том числе:	-	-	-
Лекции	8	8	-
Практические занятия (ПЗ)	8	8	-
Семинары (С)	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>128</b>	<b>128</b>	<b>-</b>
В том числе:	-	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-	-
Расчетно-графические работы	-	-	-
Реферат	4	4	-
Подготовка к практическим занятиям	111	111	-
Тестирование	4	4	-
Вид промежуточной аттестации – экзамен	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>-</b>
Общая трудоемкость час / зач. ед.	<b>144/4</b>	<b>144/4</b>	<b>-</b>

#### 4. Содержание дисциплины

##### 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоемкость	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятельная работа обучающихся
			лекции	практические занятия	
1.	Тема 1. Предмет, структура, основные функции публик рилейшнз	13	1	-	12
2.	Тема 2. Организационная модель деятельности по связям с общественностью	15	-	1	14
3.	Тема 3. Коммуникация в деятельности по связям с общественностью	15	1	1	13
4.	Тема 4. Общественное мнение и PR	16	1	1	14
5.	Тема 5. Стратегии в деятельности по связям с общественностью	17	1	1	15
6.	Тема 6. Формирование имиджа организации, политического лидера	17	1	1	15
7.	Тема 7. Репутация и бренд в деятельности по связям	17	1	1	15

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудо- ёмкость	Виды учебных занятий, включая самостоятель- ную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятель- ная работа обу- чающихся
			Все- го	лекции	
	с общественностью				
8.	Тема 8.СМИ, реклама в деятельности по связям с общественностью	17	1	1	15
9.	Тема 9. Организация связей с общественностью в бизнесе, политике, государственном и муниципальном управлении	17	1	1	15
<b>ВСЕГО:</b>		<b>144</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>128</b>

#### 4.2. Содержание разделов дисциплины

##### Тема 1. Предмет, структура, основные функции публичных отношений

Содержание понятия «связи с общественностью». Основы коммуникации в связях с общественностью. Связи с общественностью как функция менеджмента. Подходы к определению связей с общественностью: альтруистический, компромиссный, прагматический. Сущность, роль, значение и особенности связей с общественностью в органах власти. Современная концепция связей с общественностью в органах власти. Принципы, цели и задачи связей с общественностью в органах власти. Функции связей с общественностью в органах власти. Основные направления современной PR-деятельности органов власти. Понятийный аппарат связей с общественностью. Механизм PR в органах власти. История возникновения и развития связей с общественностью (PR) как особой научно-практической дисциплины. Связи с общественностью в древнем мире и во времена Античности. PR как коммуникативная технология. PR в США, Европе. Современные способы деятельности по связям с общественностью. Российский опыт взаимодействия социальных институтов с общественностью. Российская ассоциация по связям с общественностью: характеристика, деятельность, структура. Региональные отделения РАСО. Профессиональные конкурсы в области связей с общественностью. PR-образование в России. Масштабы применения связей с общественностью в РФ. Сфера деятельности специалиста в области связей с общественностью в органах власти. Перспективы развития современного PR-рынка. Правовые и этические основы PR. Зарубежный опыт правового регулирования PR. Российское законодательство и PR. Российский кодекс этических принципов в деятельности по связям с общественностью.

##### Тема 2. Организационная модель деятельности по связям с общественностью

Организационная модель деятельности по связям с общественностью. Основные этапы деятельности по связям с общественностью. Методы исследования в деятельности по связям с общественностью. Планирование кампании по связям с общественностью. Структура агентства по связям с общественностью и формирование команд. Рекламные агентства с полным циклом услуг и агентства, специализирующиеся на оказании только отдельных видов услуг. Взаимодействие рекламодателей и рекламных агентов. Роль двух основных субъектов - рекламодатель и рекламное агентство - в планировании рекламной кампании. Определение и изучение целевой аудитории рекламного воздействия. Эффективность медиапланирования рекламной кампании и детальное изучение предпочтений целевой аудитории и знание ситуации на рынке рекламы. Создание содержательной части пиар-проекта. Внешнее окружение организации. Характеристики внешнего окружения организации. Включение си-

стемы связей. Эффекты и эффективность рекламной коммуникации. Экономическая эффективность рекламы и психологическая (коммуникационная) эффективность рекламы. Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации.

### **Тема 3. Коммуникация в деятельности по связям с общественностью**

Коммуникация как основа общественных отношений. Основные принципы и модели коммуникационных процессов. Структура коммуникации. Понятие и функции массовой коммуникации. Механизмы убеждения и стереотипизации в процессе коммуникативного воздействия. Механизм воздействия коммуникативного потока на поведение индивида. Коммуникация и распространение информации в обществе (модель «Лидеры мнений», диффузная теория распространения идей Э. Роджерса, теория «Изменения мнений» П. Лазарсфельда). Сообщение в рамках модели Ховланда-Джаниса. Коммуникации в организациях. Информация в жизнедеятельности общества. Многообразие и многозначность информации, циркулирующей в обществе. Специализированная и общезначимая информация. Понятия «информационное поле», «информационное пространство», «информационные ресурсы», «информационная инфраструктура», «информационная политика», «инсайдерская информация». Виды конфиденциальной информации. Информация, отнесённая к государственной тайне. Управление информацией. Формирование собственного информационного потока. Сегментирование информационного потока. Информационное партнерство. Оптимизация подачи материалов. Создание и усиление новости.

### **Тема 4. Общественное мнение и PR**

Понятие «общественность» и ее влияние на органы власти. Виды общественности. Понятие, функции, признаки и особенности «общественного мнения». Искусство делового общения как основной элемент связей с общественностью. Необходимость изучения общественного мнения. Факторы, формирующие общественное мнение. Характеристики общественного мнения: направление, интенсивность, стабильность, информационная поддержка. Социологические исследования в связях с общественностью. Методология, методы и технологии социологического обеспечения рекламной кампании и паблик рилейшнз в государственном управлении и политике. Социологические методики, отслеживающие соответствие ценностей рекламного потока и ценностных ориентаций общества. Опрос общественного мнения как способ определения включенности индивида в информационные потоки. Виды контент-анализа сообщений СМИ. Мониторинговые социологические исследования в сфере PR и рекламы. Международные и российские фирмы, занимающиеся изучением общественного мнения. Цели проведения исследований. Выборочные исследования, типы и виды выборок. Основные функции социологического обеспечения паблик рилейшнз.

### **Тема 5. Стратегии в деятельности по связям с общественностью**

Понятие стратегии и ее основные виды. Виды современных школ стратегий и их возможности в отношении деятельности по связям с общественностью. Характеристика основных школ стратегий. Стратегии в деятельности по связям с общественностью. Роль планирования связей с общественностью в органах власти в условиях рыночных отношений. Необходимость планирования работ по связям с общественностью в органах власти. Содержание и основные функции планирования связей с общественностью в органах власти. Принципы планирования в сфере связей с общественностью в органах власти. Основные виды планов по связям с общественностью. Процесс разработки PR-плана в органах власти. Сущность стратегического планирования PR-деятельности органов власти. Структура плана по связям с общественностью. Философия организации. Миссия и видение. Цели и задачи PR-деятельности в органах власти.

### **Тема 6. Формирование имиджа организации, политического лидера.**

Понятие, сущность и особенности имиджа. Функции имиджа. Виды имиджа в деятельности по связям с общественностью. Компоненты корпоративного имиджа в органах власти. Типология имиджей на основе характеристик лидерства. Факторы, оказывающие влияние на формирование имиджа. Способы создания имиджа. Внутренняя идентификация целей и задач субъекта продвижения. Оптимальное представление субъекта во внешнем ми-

ре. Условия для повышения позитивной известности субъекта в среде реальных и потенциальных партнеров. Возможности для доминирующего восприятия субъекта целевыми группами по сравнению с восприятием конкурентов.

#### **Тема 7. Репутация и бренд в деятельности по связям с общественностью**

Репутация как основная цель деятельности по связям с общественностью. Доверие как базовый фактор формирования репутации. Основные методы оценки репутации. Бренд как ресурс укрепления имиджа. Имидж, бренд и репутация: консолидированный потенциал воздействия и технологии совместного применения. Предназначение брендов. История становления феномена «бренд» в контексте исторического развития общества. Классификация брендов. Создание потребительской ценности бренда посредством использования концепции позиционирования. Поведение потребителя как стратегический фактор управления брендингом. Использование мифов в формировании современного бренда.

#### **Тема 8. СМИ, реклама в деятельности по связям с общественностью**

Общие принципы построения медиа-риллейшнз. Правовое пространство для средств массовой информации. Принципы формирования системы средств массовых коммуникаций. PR и традиционные средства массовой информации. PR и новые медиа-риллейшнз. Интернет как средство массовой коммуникации. Социальные функции Internet. Возможности интернет-представительства в связях с общественностью. Интерактивная среда работы с общественностью. Информационные услуги, используемые специалистами в области связей с общественностью. Принципы взаимодействия со средствами массовой информации. Способы установления эффективных контактов с прессой. Основные направления деятельности PR-специалистов по установлению коммуникаций со СМИ. Понятие, источники возникновения слухов. Обстоятельства, способствующие распространению слухов. Управление слухами. Правила борьбы со слухами. Управление средствами массовой информации и информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ.

#### **Тема 9. Организация связей с общественностью в бизнесе, политике, государственном и муниципальном управлении**

Общие принципы деятельности, ресурсы и статус отделов по связям с общественностью в органах государственной власти и управления. Основные цели и направления деятельности на федеральном, региональном и местном уровнях. Методы и технологии взаимодействия с целевыми группами. Организационные формы: пресс-служба, пресс-центр, информационно-аналитический центр, комитет по связям с общественностью. Особенности работы подразделений по связям с общественностью в органах законодательной, исполнительной и судебной власти. PR в инвестиционной сфере. PR-деятельность в сфере местного самоуправления. Направления деятельности связей с общественностью в органах государственной власти. PR-структура Президента РФ. Связи с общественностью в политике, предвыборные стратегии. Роль СМИ при проведении предвыборных кампаний. Понятие и типы контроля связей с общественностью в органах власти.

#### **4.3. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена

#### **5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

№ п/п	№ раздела дисциплины	Методические указания по выполнению самостоятельной работы
1.	Тема 1	Изучение основной и дополнительной литературы Изучение конспектов лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к текущей и промежуточной аттестации
2.	Тема 2	Изучение основной и дополнительной литературы Изучение конспектов лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к текущей и промежуточной аттестации

3.	Тема 3	Изучение основной и дополнительной литературы Изучение конспектов лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к текущей и промежуточной аттестации
4.	Тема 4	Изучение основной и дополнительной литературы Изучение конспектов лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к текущей и промежуточной аттестации
5.	Тема 5	Изучение основной и дополнительной литературы Изучение конспектов лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к текущей и промежуточной аттестации
6.	Тема 6	Изучение основной и дополнительной литературы Изучение конспектов лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к текущей и промежуточной аттестации
7.	Тема 7	Изучение основной и дополнительной литературы Изучение конспектов лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к текущей и промежуточной аттестации
8.	Тема 8	Изучение основной и дополнительной литературы Изучение конспектов лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к текущей и промежуточной аттестации
9.	Тема 9	Изучение основной и дополнительной литературы Изучение конспектов лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к текущей и промежуточной аттестации

#### **6. Фонд оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося**

Фонд оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине представлен в Приложении 1 к рабочей программе.

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

##### **7.1. Основная литература**

1. Кондакова, Ю.В. Основы PR : учебное пособие / Ю.В. Кондакова. - Екатеринбург : Архитектон, 2013. - 225 с. - ISBN 978-5-7408-0168-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221959>

2. Клюев, Ю.В. Теория и практика массовой информации : учебное пособие / Ю.В. Клюев. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 100 с. - Библиогр.: с. 90-94. - ISBN 978-5-4475-6023-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884>

##### **7.2. Дополнительная литература**

1. Кирия, И.В. История и теория медиа : учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. - Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. - 424 с. : табл. - (Учебники Высшей школы экономики). - Библиогр.: с. 401-414. - ISBN 978-5-7598-1188-6 (в пер.). — ISBN 978-5-7598-1614-0 (эл.) ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

2. Маслова, В.М. Сфера PR в маркетинге : учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 384 с. - Библиогр.: с. 361-363. - ISBN 978-5-238-01179-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

##### **7.3. Программное обеспечение**

1. Операционная система Microsoft Windows - право на использование: договор №ДЛ-180712 от 08.11.18.
2. Программное обеспечение Microsoft office 365 for faculty; право на использование: договор №ДЛ-180712 от 08.11.18.
3. Программное обеспечение Dr. Web Desktop Security Suite for faculty, Антивирус + ЦУ; право на использование: договор №ДЛ-180711 от 01.11.18.

#### **7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>
2. Интернет-проект «Корпоративный менеджмент» <http://www.cfin.ru>
3. Административно-управленческий портал <http://www.aup.ru/>
4. Тематический сайт по маркетинг-менеджменту [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
5. Журнал «Секрет фирмы» <http://www.sf-online.ru>, <https://secretmag.ru/>
6. Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru>
7. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/index.php>
8. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>
9. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Федеральный портал <http://window.edu.ru>
10. Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
11. Компьютерные информационно-правовые системы «Консультант» <http://www.consultant.ru>, «Гарант» <http://www.garant.ru>.

#### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Лекционные аудитории общего фонда для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций.
2. Аудитории общего фонда для проведения практических занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Настенный/ переносной экран.
4. Переносной проектор для демонстрации слайдов.
5. Ноутбук для демонстрации слайдов.
6. Компьютерный класс для самостоятельной работы. Библиотека, читальный зал.
7. Актный зал.
8. Аудитория для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

#### **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Обучение по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения содержания дисциплины и достижения поставленных целей необходимо ознакомиться со следующими документами: выпиской из Учебного плана по данной дисциплине, основными положениями рабочей программы дисциплины, календарным учебно-тематическим планом дисциплины. Данный материал может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует данные локальной информационно-библиотечной системы Института.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в локальной информационно-библиотечной системе Института, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекции

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции,

которая является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;  
ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к семинарским занятиям

Следует разумно организовывать работу по подготовке к семинарскому занятию. К теме каждого семинара даётся определённый план, состоящий из нескольких вопросов, рекомендуется список литературы, в том числе, и обязательной. Работу следует организовать в такой последовательности:

- прочтение рекомендованных глав из различных учебников;
- ознакомление с остальной рекомендованной литературой из обязательного списка;
- чтение и анализ каждого источника (документа).

Прежде всего, следует ознакомиться с методическими указаниями к каждому семинару. Следует уяснить значение тех архаичных и незнакомых терминов, что встречаются в тексте. Подготовьте ответы на каждый вопрос плана. Каждое положение ответа подтверждается (если форма семинара это предусматривает) выдержкой из документа. Подготовку следует отразить в виде плана в специальной тетради подготовки к семинарам. На семинарском занятии приветствуется любая форма вовлечённости: участие в обсуждении, дополнения, критика - всё, что помогает более полному и ясному пониманию проблемы.

Результаты работы на семинаре преподаватель оценивает и учитывает в ходе проведения текущей аттестации.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» проходит в форме экзамена. Экзаменационный билет по дисциплине состоит из 2 вопросов теоретического характера. Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине приведен в соответствующем подпункте в составе ФОС по дисциплине в приложении 1 к рабочей программе.

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ»

#### 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций

Компетенция	Код по ФГОС	Форма контроля	Этапы формирования (разделы дисциплины)
способность использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий	ПК-13	<b>Промежуточный контроль:</b> экзамен <b>Текущий контроль:</b> опрос на практических занятиях; тестирование	Темы 1-9
способность участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления	ПК-27	<b>Промежуточный контроль:</b> экзамен <b>Текущий контроль:</b> опрос на практических занятиях; тестирование	Темы 1-9

#### 2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

##### 2.1 Критерии оценки ответа на экзамене (формирование компетенций ПК-13, ПК-27)

**«5» (отлично):** обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

Обучающийся:

на высоком уровне владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

на высоком уровне владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

**«4» (хорошо):** обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

Обучающийся:

хорошо владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

хорошо владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

**«3» (удовлетворительно):** обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

Обучающийся:

на удовлетворительном уровне владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

на удовлетворительном уровне владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

**«2» (неудовлетворительно):** обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

Обучающийся:

не владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

не владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

## **2.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях (формирование компетенций ПК-13, ПК-27)**

**«5» (отлично):** выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

Обучающийся:

на высоком уровне владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

на высоком уровне владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

**«4» (хорошо):** выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

Обучающийся:

хорошо владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

хорошо владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

**«3» (удовлетворительно):** выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

Обучающийся:

на удовлетворительном уровне владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

на удовлетворительном уровне владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

**«2» (неудовлетворительно):** обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; студент ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

Обучающийся:

не владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

не владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

### **2.3. Критерии оценки тестирования**

#### **(формирование компетенций ПК-13, ПК-27)**

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данных студентом на вопросы теста.

Стандартная шкала соответствия результатов тестирования выставяемой балльной оценке:

- «отлично» - свыше 85% правильных ответов;
- «хорошо» - от 70,1% до 85% правильных ответов;
- «удовлетворительно» - от 55,1% до 70% правильных ответов;
- от 0 до 55% правильных ответов – «неудовлетворительно»

**«5» (отлично):** тестируемый демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминами и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста. Обучающийся:

на высоком уровне владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

на высоком уровне владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

**«4» (хорошо):** тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания, владеет большинством терминов и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

Обучающийся:

хорошо владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

хорошо владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

«3» (удовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

Обучающийся:

на удовлетворительном уровне владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

на удовлетворительном уровне владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

«2» (неудовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией он не владеет и на вопросы теста реагирует медленно.

Обучающийся:

не владеет способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13);

не владеет способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

**2.4. Итоговые показатели балльной оценки сформированности компетенций по дисциплине в разрезе дескрипторов «знать/ уметь/ владеть»:**

<b>ПК-13 способность использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий</b>				
<b>Показатель</b>	<b>Критерии оценивания</b>			
	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Знать:</b> коммуникационные основы реализации проектов в условиях межличностного и межкультурного взаимодействия.	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: коммуникационных основ реализации проектов в условиях межличностного и межкультурного взаимодействия.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: коммуникационные основы реализации проектов в условиях межличностного и межкультурного взаимодействия. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: коммуникационные основы реализации проектов в условиях межличностного и межкультурного взаимодействия. Допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: коммуникационные основы реализации проектов в условиях межличностного и межкультурного взаимодействия. Свободно оперирует приобретенными знаниями.
<b>Уметь:</b> использовать различные механизмы построения комму-	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет использовать	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: ис-

<p>никационных связей при реализации проектов.</p>	<p>различные механизмы построения коммуникационных связей при реализации проектов.</p>	<p>умений: использовать различные механизмы построения коммуникационных связей при реализации проектов. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.</p>	<p>умений: использовать различные механизмы построения коммуникационных связей при реализации проектов. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>пользовать различные механизмы построения коммуникационных связей при реализации проектов. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.</p>
<p><b>Владеть:</b> навыками формирования общественного мнения в рамках управления проектами.</p>	<p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками формирования общественного мнения в рамках управления проектами.</p>	<p>Обучающийся владеет навыками формирования общественного мнения в рамках управления проектами. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.</p>	<p>Обучающийся частично владеет навыками формирования общественного мнения в рамках управления проектами. Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>Обучающийся в полном объеме владеет навыками формирования общественного мнения в рамках управления проектами. Свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.</p>
<p><b>ПК-27 способность участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления</b></p>				
<p><b>Знать:</b> принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; способы и методы использования PR-технологий при разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: принципов и технологий взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; способов и методов использования PR-технологий при разработке и реали-</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: принципов и технологий взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; способов и методов использования PR-технологий при разработке и реализации проектов в области государ-</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: принципов и технологий взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; способов и методов использования PR-технологий при разработке и реализации проектов в области государ-</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: принципов и технологий взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; способов и методов использования PR-технологий при разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления.</p>

	зации проектов в области государственного и муниципального управления.	ственного и муниципального управления. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	ственного и муниципального управления. Допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Свободно оперирует приобретенными знаниями.
<b>Уметь:</b> анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность разрабатываемых и реализуемых проектов в области государственного и муниципального управления.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность разрабатываемых и реализуемых проектов в области государственного и муниципального управления.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность разрабатываемых и реализуемых проектов в области государственного и муниципального управления. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность разрабатываемых и реализуемых проектов в области государственного и муниципального управления. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность разрабатываемых и реализуемых проектов в области государственного и муниципального управления. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
<b>Владеть:</b> практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью при разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью при разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального	Обучающийся частично владеет практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью при разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления. Обучаю-	Обучающийся частично владеет практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью при разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления. Навыки	Обучающийся в полном объеме владеет практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью при разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления. Свободно применяет получен-

	управления.	щийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	ные навыки в ситуациях повышенной сложности.
--	-------------	---	---	--

**2.5. Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:**

Уровень сформированности компетенции	Оценка	Пояснение
Высокий	«5» (отлично)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	«4» (хорошо)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетворительный	«3» (удовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; компетенции сформированы частично
Неудовлетворительный	«2» (неудовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; компетенции не сформированы

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

**3.1. Текущий контроль (работа на практических занятиях)  
(формирование компетенций ПК-13, ПК-27)**

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, час.
1.	Тема 2. Организационная модель деятельности по связям с ответственностью	1
2.	Тема 3. Коммуникация в деятельности по связям с общественностью	1
3.	Тема 4. Общественное мнение и PR	1

4.	Тема 5. Стратегии в деятельности по связям с общественностью	1
5.	Тема 6. Формирование имиджа организации, политического лидера	1
6.	Тема 7. Репутация и бренд в деятельности по связям с общественностью	1
7.	Тема 8. СМИ, реклама в деятельности по связям с общественностью	1
8.	Тема 9. Организация связей с общественностью в бизнесе, политике, государственном и муниципальном управлении	1
ИТОГО		8

### Перечень вопросов для обсуждения

#### **Тема 1. Предмет, структура, основные функции публичных отношений**

1. История возникновения и развития связей с общественностью.
2. Предмет, структура, основные функции PR.
3. Российское законодательство и PR.

#### **Тема 2. Организационная модель деятельности по связям с общественностью**

1. Основные этапы деятельности по связям с общественностью.
2. Планирование кампании по связям с общественностью.
3. Экономическая эффективность рекламы и психологическая (коммуникационная) эффективность рекламы.

#### **Тема 3. Коммуникация в деятельности по связям с общественностью**

1. Коммуникация как основа общественных отношений.
2. Основные принципы и модели коммуникационных процессов.
3. Управление информацией.

#### **Тема 4. Общественное мнение и PR**

1. Понятие, виды общественности.
2. Понятие, функции, признаки и особенности «общественного мнения».
3. Выборочные исследования, типы и виды выборок.

#### **Тема 5. Стратегии в деятельности по связям с общественностью**

1. Понятие стратегии и ее основные виды.
2. Содержание и основные функции планирования связей с общественностью в органах власти.
3. Стратегическое планирование PR-деятельности органов власти.

#### **Тема 6. Формирование имиджа организации, политического лидера.**

1. Виды имиджа социального объекта (первичный имидж, идеальный имидж, потребный имидж, вторичный имидж).
2. Ориентации имиджа, направленность имиджа, доминанты имиджа.
3. Факторы, создающие внутренний имидж организации, политического лидера.

#### **Тема 7. Репутация и бренд в деятельности по связям с общественностью**

1. Репутация как основная ценностная характеристика социального объекта
2. Бренддинг в деятельности по связям с общественностью
3. Основные методы оценки репутации.
4. Бренд как ресурс укрепления имиджа.

#### **Тема 8. СМИ, реклама в деятельности по связям с общественностью**

1. Общие принципы построения медиа-релейшнз.
2. Правовое пространство для средств массовой информации.
3. PR и традиционные средства массовой информации.
4. PR в новых медиа и пространстве интернет-коммуникаций.

#### **Тема 9. Организация связей с общественностью в бизнесе, политике, государственном и муниципальном управлении**

1. Особенности работы подразделений по связям с общественностью в органах законодательной, исполнительной и судебной власти.
2. PR-деятельность в сфере местного самоуправления.
3. PR в инвестиционной сфере.
4. Политический PR.

### **Примеры заданий для практических занятий**

1. Составьте таблицу «Виды и основные этапы исследования в связях с общественностью».
2. Составьте таблицу «Виды СМИ: особенности, преимущества, недостатки, возможности охвата целевой аудитории»
3. Составьте таблицу «Составные элементы медиаплана».
4. Составьте таблицу «Виды и основные этапы исследования в связях с общественностью».
5. Разработайте оптимальную структуру и должностные обязанности для сотрудника службы по связям с общественностью.
6. Познакомьтесь с правилами оформления пресс-релиза для СМИ и составьте пресс-релиз по поводу одного из недавно разработанных проектов.

### **3.2. Текущий контроль (тестирование) (формирование компетенций ПК-13, ПК-27)**

**1. Определение связей с общественностью как «искусства и науки достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности» дал:**

- а) Томас Джефферсон;
- б) Айви Ли;
- в) Сэм Блэк;
- г) Эдвард Бернайз.

**2. Пропаганда чаще всего понимается как:**

- а) деятельность по установлению взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью;
- б) усилия направленные на согласование интересов с отдельными группами общественности;
- в) деятельность, направленная на изменение ценностей, взглядов, убеждений реципиента, чтобы добиться своей поставленной цели;
- г) коммуникации в обществе.

**3. Каким образом реклама помогает укреплению общественных связей?**

- а) Информированием о высоком качестве продукции;
- б) воспитанием тонкого вкуса у населения;
- в) помогает фирма (организации) приобрести известность;
- г) помогает рекламодателю занять прочное место на рынке.

**4. Задачи связей с общественностью при работе с организациями:**

- а) создание образа организации как единого члена общества путем налаживания коммуникаций организации с его социальной средой;
- б) предоставление услуг в конкурентной борьбе;
- в) расширение сферы влияния организации в обществе.

**5. Что такое коммуникация?**

- а) информация о чем-либо;
- б) транспортная артерия;
- в) связь между элементами структуры;
- г) объединение людей в целостную общность.

**6. На что направлен PR государственных организаций?**

- а) Оказание помощи со стороны государства в виде передачи ресурсов на определенных условиях хозяйствующим субъектам, направленных на повышение эффективности их дея-

тельности;

- б) Привлечение внимания общественности к социальным проблемам;
- в) Объединение специалистов конкретных сфер (отраслей) деятельности для решения определенных задач;
- г) Обретение поддержки государственных решений общественностью путем публичного объяснения гражданам деятельности госструктур.

**7. Процесс формирования российских PR начинался с....**

- а) приглашение иностранных специалистов;
- б) введение должности PR-специалиста на всех госпредприятиях РФ;
- в) введения обучения PR в ВУЗах;
- г) использования опыта советского периода и зарубежных PR-технологий.

**8. Когда и где возникли связи с общественностью?**

- а) до новой эры в Древней Греции;
- б) в период образования суверенных национальных государств;
- в) в начале XX века в Европе;
- г) в конце XIX века в США.

**9. На сколько групп делит Д. Грунниг общественность?**

- а) 3;
- б) 4;
- в) 5;
- г) 7.

**10. Целевая аудитория – это:**

- а) Группа людей, объединенных общей целью;
- б) Группа людей, в отношении которых у организации имеется конкретная цель;
- в) Группа людей, объединенных приверженностью к определенной марке товара (бренду);
- г) Группа людей, опрошенных в ходе количественного исследования.

**11. Какие методы изучения общественного мнения можно считать социологическими?**

- а) работа с письмами трудящихся;
- б) анкетирование и опрос;
- в) изучение настроений людей социальными психологами;
- г) анализ статистических данных.

**12. Что такое выборка?**

- а) совокупность принципов конструирования и использования опросных методов;
- б) отбор групп единиц опроса, представляющая совокупность людей;
- в) желательная модель лучшего будущего;
- г) краткое сообщение о мероприятии с приглашением на него журналистов.

**13. В чем состоит отличие PR от рекламы?**

- а) нацелен на долгосрочные отношения с целевой аудиторией;
- б) ориентирован на привлечение внимания потенциального потребителя услуг;
- в) имеет односторонний характер;
- г) основная цель – получение прибыли.

**14. Какие основные стимулы вы можете выделить в модели убеждающей коммуникации?**

- а) ситуация;
- б) аудитория;
- в) фокусированное внимание;
- г) шумы.

**15. «Лидер общественного мнения» - это:**

- а) лидер, оказывающий существенное влияние на мнение других людей, которые обращаются к нему за информацией и советом;
- б) известная, популярная личность;
- в) жёсткий, авторитарный руководитель, лицо, облечённое неограниченной властью в какой-

либо области управления или хозяйства;

г) человек, придерживающийся демократических привычек в жизни.

**16. Что такое общественное мнение?**

а) твердо устоявшаяся система понятий по какой-либо проблеме;

б) неустойчивые представления и взгляды большой группы людей;

в) рекомендуемая государством позиция по определенному вопросу;

г) желание исключительно всех членов общества.

**17. Лоббизм — это:**

а) совокупность практической реализации интересов отдельных организаций и общественных групп посредством влияния на органы государственной власти;

б) совокупность практической реализации интересов средств массовой информации посредством влияния на органы государственной власти;

в) совокупность практической реализации интересов органов государственной власти посредством влияния на отдельные организации и общественные группы;

г) совокупность практической реализации интересов отдельных организаций и общественных групп посредством влияния на средства массовой информации.

**18. Термин «лобби» произошел от английского «lobby», что переводится как:**

а) образ;

б) кулуары;

в) громко кричать, рекламировать;

г) общественные связи.

**19. Что не составляет целей внутрикорпоративных PR-коммуникаций?**

а) Предоставление работникам компании информации, необходимой для профессионального выполнения своих функций;

б) Система поощрений и мотивации трудоспособности работников;

в) Анализ конкурентной среды, работающей в схожем сегменте бизнеса;

г) Создание благоприятной рабочей обстановки в коллективе.

**20. Что такое «имидж»?**

а) известность;

б) внешний вид;

в) желательная модель лучшего будущего;

г) образ субъекта, воспринимаемый другими.

**21. Каковы цели и задачи пресс-конференции?**

а) регулярная встреча с журналистами;

б) оповещение о какой-либо новости;

в) разъяснение позиции фирмы (организации, частного лица) по важному вопросу;

г) информирование о состоянии дел внутри организации.

**22. Что такое пресс-тур?**

а) организованный выезд журналистов в регион с целью ознакомления их с работой организации или местных органов власти;

б) туристическая поездка журналистов;

в) ряд последовательно проведенных пресс-конференций;

г) пресс-конференция в дипломатическом представительстве.

**23. Что такое контент-анализ СМИ?**

а) исследование, позволяющее определить тенденции общественного мнения, сформированного под воздействием СМИ;

б) систематические процедуры, направленные на объективное определение того, о чем сообщается в СМИ;

в) проведение исследования направленного на выявление наиболее популярных СМИ;

г) сбор и анализ информации в целях предоставления СМИ.

**24. Какой канал способен оказывать наибольшее воздействие на представителей целевых аудиторий?**

- а) телевидение;
- б) межличностный канал;
- в) радио;
- г) пресса;

**25. Что собой представляют спецмероприятия по связям с общественностью?**

- а) рекламные кампании;
- б) совещания;
- в) выставки;
- г) рефрейминг.

**26. Какие действия непосредственно предшествуют формированию PR-стратегии?**

- а) брендинг;
- б) ориентация организации в отношении внешнего окружения;
- в) формирование вторичного имиджа;
- г) создание профиля рекламы.

**27. Каковы задачи связей с общественностью в избирательной кампании?**

- а) помощь кандидату с целью мобилизации поддержки населения;
- б) разработка избирательной стратегии;
- в) дискредитация противников кандидата;
- г) сбор информации в ходе кампании.

**28. Принципы поведения кандидата во время избирательной кампании:**

- а) экономия средств, выделенных на проведение кампании;
- б) самообучение в процессе кампании;
- в) создание выгодного имиджа для успеха кампании;
- г) постоянная работа со СМИ.

**29. Что такое контент-анализ СМИ?**

- а) выявление скрытых смыслов информации;
- б) контроль эффективности сообщений для СМИ;
- в) оценка негативных материалов прессы;
- г) характеристика графического оформления сообщений в СМИ.

**30. Что такое журналистский пул?**

- а) организованный выезд журналистов в регион с целью ознакомления их с работой организации или местных органов власти;
- б) туристическая поездка журналистов;
- в) группа журналистов от различных печатных и информационных теле- и радиоканалов, призванных освещать какое-то событие;
- г) пресс-конференция в дипломатическом представительстве.

### **3.3. Промежуточный контроль (вопросы к экзамену)**

#### **(формирование компетенций ПК-13, ПК-27)**

1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина
2. Предпосылки зарождения связей с общественностью в период Античности. Генезис связей с общественностью в Средние века и эпоху Возрождения.
3. Коренные изменения связей с общественностью в Новое время. XX век: расцвет западного и российского Паблик рилейшнз.
4. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.
5. Критерии эффективности взаимоотношений со СМИ.
6. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
7. Роль PR в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции PR.
8. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.
9. Основные международные Кодексы профессиональных стандартов в области PR.
10. Роль службы связей с общественностью в формировании корпоративной культуры.

11. Основные организационные структуры PR: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство.
12. Задачи, функции, отделов и служб по PR в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.
13. Профессиональные требования к специалисту по PR.
14. Этика и профессиональные стандарты в «Связях с общественностью».
15. Связи с общественностью в государственных структурах.
16. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования
17. Оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз, бэкграундер, фитче и т.д.
18. Имиджевые внутрикорпоративные средства коммуникации (корпоративные издания, радио, телевидение, корпоративный сайт, корпоративный музей и др.)
19. Корпоративный имидж как синтез имиджей. Структура имиджа организации.
20. Отдельные аспекты связей с общественностью по формированию доверия к организации, взаимоотношения со СМИ, с обществом, с сотрудниками, с потребителями.
21. Служебные PR-документы.
22. Лоббизм. Формы и методы лоббистской деятельности.
23. Общественность и общественное мнение.
24. Организация и контроль связей с общественностью.
25. Механизм связей с общественностью.
26. Связи с общественностью в кризисных условиях.
27. Связи с общественностью и отношения с государством.
28. Связи с общественностью и отношения со СМИ.
29. Глобальный подход к планированию связей с общественностью
30. Прикладной подход к планированию связей с общественностью.