

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Заведующий кафедрой
Кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна
наименование кафедры, отвечающей за реализацию дисциплины



Тулупов В.В.

18.04.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.17 Основы связей с общественностью

1. Код и наименование направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2. Профиль подготовки/специализация:

Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации

3. Квалификация выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: заочная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: связей с общественностью, рекламы и дизайна

6. Составители программы: Сухоруких Ирина Александровна, кандидат педагогических наук, доцент

7. Рекомендована: Научно-методическим советом факультета журналистики (протокол № 7 от 18.04.2024 г.)

8. Учебный год: 2024-2025

Семестр(ы): 1-2

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

- обеспечить необходимые теоретические и практические знания в области СО.

Задачи учебной дисциплины:

- закрепить на практике основные виды деятельности в области СО;

- освоить технологии СО.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: (обязательная часть или часть, формируемая участниками образовательных отношений (вариативная) блока Б1, к которой относится дисциплина; требования к входным знаниям, умениям и навыкам; дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей)

Учебная дисциплина «Основы связей с общественностью» относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Учебная дисциплина «Основы связей с общественностью» является необходимой для формирования у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью навыков проведения СО-кампаний. Курс помогает разрабатывать стратегию и тактику деятельности предприятий и организаций и в целом способствует приобретению организационных навыков по обеспечению эффективной деятельности. Данная учебная дисциплина связана с рядом дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата («Медиарилейшнз», «Связи с общественностью в сфере применения»).

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ОПК-2	обладать способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1.	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знать: основные понятия, этические нормы, направления и сферы приложения знаний PR-специалиста Уметь: различать связи с общественностью и смежные сферы коммуникативной деятельности. Владеть: профессионально-должностной ориентацией специалиста по связям с общественностью
		ОПК-2.2.	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	Знать: структуру коммуникативного процесса в связях с общественностью. Уметь: выстраивать процесс коммуникации с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов. Владеть: навыками создания медиапродуктов с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 4 ЗЕТ / 144 ч.

Форма промежуточной аттестации экзамен

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость			
		Всего	По семестрам		
			семестр	семестр	...
Контактная работа					
в том числе:	лекции				
	практические				
	лабораторные				
	курсовая работа				
	<i>др. виды(при наличии)</i>				
Самостоятельная работа					
Промежуточная аттестация экзамен					
Итого:					

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
1. Лекции			
1.1	Введение в PR	Множество толкований и переводов термина “паблик рилейшнз”. Основные определения PR с точки зрения исследователей разных стран. Виды деятельности в PR. Уровни PR. Основные направления и сферы приложения знаний PR-специалиста. Журналистика, реклама, маркетинг, пропаганда и PR: общее и различное. PR и сопутствующие науки: имиджелогия, спичрайтинг, конфликтология, кинесика, проксемика, НЛП, паралингвистика, теория массовой культуры.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=22276
1.2	Медиарилейшнз как одно из основных направлений деятельности PR	Пресс-секретарь как профессия в СО. Из истории пресс-служб. Основные мероприятия и PR-тексты, подготавливаемые пресс-секретарем. Риторика как базовая наука спичрайтинга.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=22276
1.3	Редактор корпоративного издания как профессия в PR	Истоки корпоративных изданий. Цель и задачи корпоративного издания. Классификация корпоративной прессы. Специфика корпоративных изданий. Конкретные примеры корпоративной прессы.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=22276
1.4	Имиджмейкинг как одно из направлений деятельности PR	Понятие имиджа. Образ, имидж, репутация: общее и различное. Персональный имидж. Корпоративный имидж.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=22276
1.5	PR: управление кризисом.	Управление проблемной ситуацией и управление кризисом. Классификация кризисов. Коммуникации в условиях кризиса. Рекомендации по успешному преодолению последствий кризиса. Спин-технологии в разрешении кризисных ситуаций. Гарвардский проект по переговорам. Специфика ведения переговоров с террористами.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=22276
1.6	Коммуникации в PR	Коммуникативный процесс. Кодирование и декодирование. Горизонтальные, вертикальные и диагональные коммуникации.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=22276

1.7	Этика и ответственность в PR	Этика и ценности. Ответственность и финансовая ответственность компании. Группы ответственности, перед которыми несет ответственность любая компания. Афинский кодекс. Кодекс ИПРА. Профессиональные ассоциации в области PR. Российская ассоциация PR. Кодекс РАПР.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=22276
2. Практические занятия			
2.1	Введение в PR	Основные профессии в PR. Введение должностей по СО в трудовой кодекс РФ. Профессиональные обязанности заместителя директора по СО, начальника отдела по СО, менеджера по СО, специалиста по СО. Основные требования, предъявляемые к специалистам данного профиля. Личные качества и профессиональная подготовка специалиста по PR.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=22276
2.2	Медиарилейшнз как одно из основных направлений деятельности PR	Пресс-секретарь как профессия в СО. Функции пресс-секретаря. Спичрайтинг в PR.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=22276
2.3	Редактор корпоративного издания как профессия в PR	Направления деятельности редактора корпоративного издания. Функционал и требования к профессиональной подготовке. Рынок труда: предложения и спрос.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=22276
2.4	Имиджмейкинг как одно из направлений деятельности PR	Средства работы имиджмейкера. Функционал и требования к профессиональной подготовке. Рынок труда: предложения и спрос. Формирование имиджа в экономике, политике, культуре.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=22276
3. Лабораторные занятия			
3.1			

* заполняется, если отдельные разделы дисциплины изучаются с помощью онлайн-курса. В колонке Примечание необходимо указать название онлайн-курса или ЭУМК. В других случаях в ячейки ставятся прочерки.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				Всего
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	
1	Введение в PR	2	-	-	17	19
2	Медиарилейшнз как одно из основных направлений деятельности PR	2	1	-	18	21
3	Редактор корпоративного издания как профессия в PR	-	1	-	18	18
4	Имиджмейкинг как одно из направлений деятельности PR	2	-	-	17	19
5	PR: управление кризисом.	-	1	-	17	18
6	Коммуникации в PR	1	-	-	18	20
7	Этика и ответственность в PR	1	1	-	18	20
	Экзамен					9
	Итого:	8	4	-	123	144

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

(рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: указание наиболее сложных разделов, работа с конспектами лекций, презентационным материалом, рекомендации по выполнению курсовой работы, по организации самостоятельной работы по дисциплине и др)

Система высшего образования предполагает рациональное сочетание таких видов учебной деятельности как лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов, а также контроль полученных знаний.

Основной рекомендацией следует считать приобретение студентом желания освоить данную дисциплину. Преподаватель и студент должны решить эту проблему совместно. Желание может возникнуть тогда, когда выполняемая работа понятна и даёт конкретный результат. Этому может способствовать активность студента на аудиторных занятиях и регулярная самостоятельная работа, что в итоге даёт хорошие показатели на контрольных мероприятиях, а вместе с этим уверенность студента в своих возможностях.

Лекция представляет собой систематическое, последовательное изложение учебного материала. Это одна из важнейших форм учебного процесса и один из основных методов преподавания в вузе. На лекциях от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. Качественный конспект должен легко восприниматься зрительно, в его тексте следует соблюдать абзацы, выделять заголовки, подчеркнуть термины. В качестве ценного совета рекомендуется записывать не каждое слово лектора (иначе можно потерять мысль и начать писать автоматически, не вникая в смысл), а постараться понять основную мысль лектора, а затем записать, используя понятные сокращения.

Практические занятия позволяют научиться применять теоретические знания, полученные на лекции, при решении конкретных задач. Чтобы наиболее рационально и полно использовать все возможности практических занятий, для подготовки к ним следует: разобрать лекцию по соответствующей теме, ознакомиться с соответствующим разделом учебника, проработать дополнительную литературу и источники, решить кейсы и выполнить другие письменные задания.

Студенту не следует стремиться к механическому запоминанию методик, приведенных определений и положений, если требования прямо не указывают на это. Гораздо эффективнее понять их смысл, опираясь на лекционный материал и материал, содержащийся в рекомендованной литературе. Сказанное особенно эффективно, когда речь идет о требованиях типа «понимает», «имеет представление».

Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоению учебного материала и развитию навыков самоорганизации и самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие:

- работу с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, в том числе с использованием материалов ЗНБ ВГУ и Университетской библиотеки Онлайн, а также проработку конспектов лекций;

- выполнение домашних заданий и подготовку к практическим занятиям;
- работу над темами для самостоятельного изучения;
- подготовку доклада-презентации;
- подготовку к экзамену.

Кроме базовых учебников рекомендуется самостоятельно использовать имеющиеся в библиотеке учебно-методические пособия. Независимо от вида учебника, работа с ним должна происходить в течение всего семестра.

При ознакомлении с каким-либо разделом рекомендуется прочитать его целиком, стараясь уловить общую логику изложения темы. При повторном чтении хорошо акцентировать внимание на ключевых вопросах и основных положениях. Можно составить их краткий конспект.

Степень усвоения материала проверяется следующими **видами контроля**:

- текущий (защита доклада-презентации);
- промежуточный (экзамен).

Экзамен – форма проверки знаний и навыков, полученных на лекционных и практических занятиях. Для успешной сдачи экзамена необходимо выполнить следующие рекомендации – готовиться к экзамену следует систематически, в течение всего семестра.

При подготовке к экзамену необходимо пользоваться не только рекомендованным источником по теоретическому материалу, но и сведениями из дополнительной литературы, результатами самостоятельного изучения, сведениями, полученными из ранее освоенных дисциплин.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Теория и практика рекламы и связей с общественностью / М. А. Шилова, В. В. Тулупов, Е. Ю. Красова [и др.] ; – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2022. – 364 с.
2.	Жесткова, Н. А. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / Н. А. Жесткова. — Самара : ПГУТИ, 2021. — 85 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-

	библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/301241 (дата обращения: 02.05.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3	Гогуадзе, М. Г. Основы PR-технологий: учебное пособие / М. Г. Гогуадзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова. — Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех" им. Д.Ф. Устинова, 2021. — 222 с. — ISBN 978-5-907324-36-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/220271 (дата обращения: 04.05.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4	Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/185976 (дата обращения: 04.05.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
5	Штейнберг, А. Г. Стратегические связи с общественностью : учебное пособие / А. Г. Штейнберг. — Хабаровск : ДВГУПС, 2022. — 131 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/339494 (дата обращения: 04.05.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
6	Емельянов, С. М. Связи с общественностью: управление рисками и кризисными коммуникациями / С. М. Емельянов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 204 с. — ISBN 978-5-507-47338-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/362291 (дата обращения: 04.05.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
7	Москалев, С. М. Реклама и связи с общественностью в профессиональной деятельности : учебное пособие / С. М. Москалев, Я. И. Семилетова, Т. Г. Виноградова. — 2-е изд., доп. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2021. — 150 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/258572 (дата обращения: 04.05.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
9	ЭБС Университетская библиотека online. — Режим доступа: https://biblioclub.ru/
10	ЭБС Лань. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/
11	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. — Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
12	ЭУМК «Основы связей с общественностью» – Электронный университет ВГУ. — Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763
13	Независимый журнал о PR – Режим доступа: http://www.mediabitch.ru
14	Сайт о творчестве – Режим доступа: http://www.adme.ru

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных), курсовых работ и др.)

1	Задачник по PR: практикум / А.А.Давтян, Р.В.Дыкин, Е.Ю.Красова, и др./ под ред. Щекиной И.А. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2020. - 146 с.
2	Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 58 с.
3	Теория и практика рекламы и связей с общественностью / М. А. Шилова, В. В. Тулупов, Е. Ю. Красова [и др.]; – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2022. – 364 с.
4	Учебно-методическое пособие по подготовке ВКР на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ / А. А. Давтян, Р. В. Дыкин, Е. Ю. Красова, и др./ под ред. И. А. Щекиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2021. – 108 с.

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации программы применяется смешанное обучение – образовательный подход, совмещающий обучение с участием преподавателя (лицом к лицу) с онлайн-обучением и предполагающий элементы самостоятельного контроля учащимся времени, места и темпа обучения, а также интеграцию опыта обучения с преподавателем и онлайн. В ходе занятий с участием преподавателя используются информационно-коммуникационные технологии (лекция-презентация, выступления, доклады), групповые технологии (например, при выполнении прикладного проекта в команде), игровые технологии (внедрение

игрофицированных элементов в процесс обучения), кейс-технологии (ситуационные задачи и упражнения, анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), игровое проектирование) и другие. Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Pascard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Введение в PR Медиарилейшнз как одно из основных направлений деятельности PR Редактор корпоративного издания как профессия в PR Имиджмейкинг как одно из направлений деятельности PR PR: управление кризисом. Коммуникации в PR Этика и ответственность в PR	ОПК-2 обладать способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Тест/Контрольная работа
	ОПК-2.2 способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.		Контрольная работа	
Промежуточная аттестация форма контроля - экзамен				Перечень вопросов Практическое задание

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

20.1.1 Тестовые задания

Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции (компетенциям)

Примерные вопросы для тестирования по дисциплине Б1.О.17 ОСНОВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Задание 1. Выберите верные варианты для продолжения следующих фраз.

1) информация в рекламе	а) селективна и оптимизирована
2) информация в паблик рилейшнз	б) способствует формированию спроса на товары и услуги
3) информация в журналистике	в) нацелена на объективное отражение действительности и формирование общественного мнения

Задание 2. Какой документ стал основой большинства профессионально-этических кодексов поведения PR-мена в США и Европе?

- а) "Кристаллизуя общественное мнение" Э. Берниза;
- б) "Декларация о принципах" А. Ли;
- в) "Паблик рилейшнз. Что это такое?" С. Блэка;
- г) "Пропаганда" Э. Берниза.

Задание 3. Расставьте номера предложенных стран в порядке, соответствующем появлению в них паблик рилейшнз.

- а) Россия;
- б) Франция;
- в) США.

Задание 4. Вставьте нужное слово в высказывание "Реклама – это, за что вы платите, а ... – то, о чем вы просите"

- а) журналистика;
- б) паблик рилейшнз;
- в) пропаганда;
- г) маркетинг.

Задание 5. С какой стадии развития PR в США начинается рассмотрение паблик рилейшнз как функции управления?

- а) общение;
- б) ответные действия;
- в) профессионализм;
- г) планирование.

Задание 6. Какова основная сфера деятельности спичрайтера?

- а) написание публичных речей;
- б) координация отношений с представителями СМИ;
- в) лоббирование;
- г) профилактика возникновения кризисных ситуаций.

Задание 7. Организация каких мероприятий не входит в круг обязанностей пресс-секретаря?

- а) пресс-конференции;
- б) брифинги;
- в) промо-мероприятия;
- г) заседания "круглых столов".

Задание 8. Выберите из предложенных наук те, которые являются сопутствующими для публичных отношений?

- а) конфликтология;
- б) физиология;
- в) риторика;
- г) лингвистика.

Задание 9. Паралингвистика – это наука, изучающая:

- а) проявления голосовой активности человека;
- б) невербальное поведение человека;
- в) законы символизации пространства и времени;
- г) особенности человеческого взгляда.

Задание 10. Кто из перечисленных лиц считаются основателями PR в США?

- а) Э. Берниз;
- б) Дорман Итон;
- в) С. Блэк;
- г) А. Ли.

Задание 11. Расставьте в хронологической последовательности номера предложенных этапов развития публичных отношений в США.

- а) Профессионализм;
- б) Ответные действия;
- в) Планирование;
- г) Общение.

Задание 12. Для какой из стадий развития PR в США характерно развитие глобальных коммуникаций?

- а) общение;
- б) ответные действия;
- в) профессионализм;
- г) планирование.

Задание 13. Для какой из стадий развития PR в США характерно появление профессий пресс-агента и пресс-секретаря?

- а) общение;
- б) ответные действия;
- в) начальный период;
- г) планирование.

Задание 14. Какая из сопутствующих PR наук изучает законы символизации пространства и времени?

- а) паралингвистика;
- б) кинесика;
- в) проксемика;
- г) имиджелогия.

Задание 15. Какая из перечисленных функций пресс-секретаря является вспомогательной?

- а) организация пресс-мероприятий;
- б) мониторинг публикаций в СМИ;
- в) редактирование корпоративного издания;
- г) взаимодействие с региональным отделением Союза журналистов.

Задание 16. Выберите из предложенных сопутствующих PR наук те, которые входят в блок “наук консенсуса”?

- а) конфликтология;
- б) паралингвистика;
- в) риторика;
- г) теория ведения переговоров.

Задание 17. Кинесика – это наука, изучающая:

- а) проявления голосовой активности человека;
- б) невербальное поведение человека;
- в) законы символизации пространства и времени;
- г) особенности человеческого взгляда.

Задание 18. Какие функции являются общими для журналистики, рекламы и PR?

- а) информационная;
- б) консультативная;
- в) экономическая;
- г) коммуникативная.

Задание 19. Какого вида корпоративных изданий не существует?

- а) издания для бизнес-аудитории (b2b);
- б) клиентские издания (b2c);
- в) издания для топ-менеджеров компании (b2t);
- г) издания для персонала (b2p).

Задание 20. Как переводится слово «spin» с английского языка?

- а) отражение;
- б) верчение, кружение;
- в) убеждение;
- г) восприятие.

Ключ Задание 1. б) 2а) 3в)

Задание 2. б)

Задание 3. в) б) а)

Задание 4. б)

Задание 5. г)

Задание 6. а)

Задание 7. в)

Задание 8. ав)

Задание 9. а)

Задание 10. аг)

Задание 11. г) б) в) а)

Задание 12. в)

Задание 13. а)

Задание 14. в)

Задание 15. в)

Задание 16. аг)

Задание 17. б)

Задание 18. аг)

Задание 19. в)

Задание 20. б)

20.1.2 Перечень заданий для контрольных работ

**Пример заданий для контрольных работ
по дисциплине
Б1.О.17 ОСНОВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Тема Медиарилейшнз как одно из направлений PR

Задание 1. Создать презентационные материалы по теме «Пресс-секретарь как профессия в СО», отобрать необходимый теоретический материал, найти практические примеры по выбранной теме, подготовить творческую часть, презентовать выбранную тему на практическом занятии.

Задание 2. Создать презентационные материалы по теме «Спичрайтинг в СО», отобрать необходимый теоретический материал, найти практические примеры по выбранной теме, подготовить творческую часть, презентовать выбранную тему на практическом занятии.

Тема Редактор корпоративного издания как профессия в PR

Задание 1. Создать презентационные материалы по теме «Редактор корпоративного издания как профессия в СО», отобрать необходимый теоретический материал, найти практические примеры по выбранной теме, подготовить творческую часть, презентовать выбранную тему на практическом занятии.

Тема Имиджмейкинг как одно из направлений деятельности PR.

Задание 1. Создать презентационные материалы по теме «Имиджмейкинг в СО», отобрать необходимый теоретический материал, найти практические примеры по выбранной теме, подготовить творческую часть, презентовать выбранную тему на практическом занятии.

Задание 2. Создать презентационные материалы по теме «Спин-технологии в СО», отобрать необходимый теоретический материал, найти практические примеры по выбранной теме, подготовить творческую часть, презентовать выбранную тему на практическом занятии.

Тема PR: управление кризисом

Задание 1. Создать презентационные материалы по теме «Управление кризисными коммуникациями в СО», отобрать необходимый теоретический материал, найти практические примеры по выбранной теме, подготовить творческую часть, презентовать выбранную тему на практическом занятии.

Задание 2. Создать презентационные материалы по теме «Ведение переговоров в СО», отобрать необходимый теоретический материал, найти практические примеры по выбранной теме, подготовить творческую часть, презентовать выбранную тему на практическом занятии.

Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при текущей аттестации

Для оценивания результатов обучения в ходе текущей аттестации используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом дисциплины;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умение применять теоретические знания на практике, решать практические задачи в области СО.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области СО. Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области СО, но допускает при этом отдельные ошибки.	П овышенный и базовый и пороговый уровни	Отлич но Хорош о Удовл етворительно/З ачтено

Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, не умеет применять теоретические знания для решения практических задач в области СО.		
Обучающийся демонстрирует отрывочные знания теоретических основ дисциплины, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач в области СО.	–	Неудовлетворительно/ Незачтено

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Собеседования по вопросам к экзамену

(наименование оценочного средства промежуточной аттестации)

20.2.1 Перечень вопросов к экзамену

Перечень вопросов
<ol style="list-style-type: none"> 1. Множественность определений и переводов термина «паблик рилейшнз». 2. Сопутствующие PR-науки: конфликтология, имиджология, риторика и т.д. 3. Журналистика, реклама, маркетинг, пропаганда, PR: общее и различное. 4. Происхождение термина «PR». Основатели PR в США: Э. Берниз, Айви Ли и др. 5. Стратегии использования PR в истории (в пользу военных действий, для лоббирования политических интересов, для сбора пожертвований и т.д.). 6. 5 периодов развития PR в США. Краткая характеристика начальных (первых двух) периодов. 7. 5 периодов развития PR в США (продолжение). Краткая характеристика остальных периодов. 8. Виды деятельности и уровни в СО. 9. PR в экономике, политике, культуре, социальной сфере (на основе реальных примеров из практики PR). 10. Введение в Классификационный справочник должностей по связям с общественностью (перечислить введенные должности, необходимые знания, круг обязанностей и требования к квалификации представителей данных профессий). 11. Профессионально-личностные качества, необходимые специалисту по связям с общественностью. 12. Основы коммуникации в СО. 13. Осуществление эффективной пресс-стратегии. Пресс-секретарь как профессия в СО. 14. Спичрайтер как профессия в СО (история ораторского искусства, шаги для написания хорошей речи, рекомендации спичрайтеру, спичрайтинг в политическом PR). 15. Редактор корпоративного издания как профессия в СО. 16. Спиндоктор как профессия в СО (функционирование спиндоктора и журналиста, виды спин-технологий, примеры работы спиндоктора). 17. Имиджмейкер как профессия в СО. 18. Профессия менеджера по СО (ключевые роли менеджеров в организации, должностные обязанности, менеджера по СО, требования к его профессионально-личностным качествам). 19. Переговорщик как профессия в СО (тактика поведения, принципы эффективной коммуникации, Гарвардский проект по переговорам). 20. Кризисник как профессия в СО: разработка антикризисного плана, правила поведения в случае возникновения кризиса (на примерах разрешения конкретных кризисных ситуаций). 21. Политический PR (схема позиционирования политика и политической партии). 22. «Черный PR». Использование «грязных» технологий в связях с общественностью. 23. Этика и ответственность в СО (виды ответственности перед различными группами общественности).

24. Профессиональные кодексы поведения PR-мена (основные положения Афинского кодекса, профессионального кодекса объединения AFREP и др.).

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины, осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестации.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах тестирования; письменной работы (контрольной работы); оценки результатов практической деятельности (курсовая работа). Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Промежуточная аттестация может включать в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков.

При оценивании используется следующая шкала:

5 баллов ставится, если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их при решении практических задач;

4 балла ставится, если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, но допускает незначительные ошибки, неточности, испытывает затруднения при решении практических задач;

3 балла ставится, если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, допускает значительные ошибки при решении практических задач;

2 балла ставится, если обучающийся демонстрирует явное несоответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям.

При сдаче экзамена:

оценка «отлично» – 5 баллов,

оценка «хорошо» – 4 балла,

оценка «удовлетворительно» – 3 балла,

оценка «неудовлетворительно» – 2 балла.

При сдаче зачета:

«зачтено» – 3-5 баллов,

«не зачтено» – 2 балла.