

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

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
Региональной экономики и территориального управления  
\_\_\_\_\_ Рисин И.Е.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
Б1.В.23 «Деловые коммуникации»

1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:  
38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»
2. Профиль подготовки/специализации: «Региональное управление»
3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: региональной экономики и территориального управления
6. Составители программы: Мишон Е.В. д.э.н., профессор
7. Рекомендована: НМС экономического факультета, протокол №5 от 24.05.2018г.
8. Учебный год: 2018/2019 Семестр(-ы): 7

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью изучения дисциплины является формирование навыков, позволяющих осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации общения по проблемам социально-экономического и политического характера.

Задачи изучения дисциплины:

- развитие представлений о возможностях современной теории коммуникаций в управлении общественными отношениями и эффективности общения с целевыми аудиториями различных уровней;
- формирование навыков работы в коллективе, толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;
- развитие способности к деловому общению и публичным выступлениям, а также умения вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку.

**10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:** Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части дисциплин.

### Требования к входным знаниям:

знать:

- объект и предмет исследования;
- принципы научного исследования.

уметь:

- формировать фактологическую базу исследования на основе проведенного анализа и синтеза;
- делать заключения на основании анализа социально-экономической информации.

владеть/иметь навыки:

- самостоятельной работы;
- творческого исследования проблемы.

**Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:**

- региональное управление и территориальное планирование;
- общественно-частное партнерство;
- региональная социально-экономическая политика.

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

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	знать: - базовые технологии формирования общественного мнения уметь: - вести переговоры и совещания владеть (иметь навык(и)): способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ОПК-4	- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	знать: положения теории коммуникаций и основ функционирования и управления общественным мнением, необходимые для разработки и обоснования управленческих решений по вопросам, затрагивающим общественные интересы уметь: - осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации владеть (иметь навык(и)): - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления
-------	---	---

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. - 4/144.**

**Форма промежуточной аттестации - зачет.**

### 13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)			
	Всего	По семестрам		
		7		.....
Аудиторные занятия	72	72		
в том числе: лекции	36	36		
практические	36	36		
лабораторные				
Самостоятельная работа	72	72		
Итого:	144	144		

#### 13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
<b>1. Лекции</b>		
1.1	Деловые коммуникации	Цель, задачи. Предмет курса. Сущность и содержание
1.2	Информационные потребности современного общества и пути их удовлетворения.	Качественные и количественные характеристики информации. Семиотика как наука об информации и ее составляющие (семантика, синтактика, прагматика). Информационные и поведенческие ограничения
1.3	Работа с целевыми аудиториями.	Понятие целевых аудиторий, учет их особенностей и приоритетов. Средства связи с целевыми аудиториями. Структура коммуникативного акта (информационный, интерактивный и операционный элементы).
1.4	Теория формирования общественного мнения	Понятие, особенности и отличительные признаки общественного мнения. Структура общественного мнения.
1.5	Коммуникационная политика	Правила коммуникационной политики. Коммуникационные модели. Глобализация коммуникационных потоков.
1.6	Теория коммуникаций	Виды и эффективность коммуникаций. Сущность

		коммуникационного процесса. Шум в коммуникациях
1.7	Межличностные коммуникации.	Барьеры восприятия. Использование нейролингвистического программирования для совершенствования межличностных коммуникаций. Правила эффективного слушания. Правила эффективного общения. Стили общения и их использование в деловом общении.
1.8	Информационный продукт	Качество информационного продукта. Управление информационной сферой.
1.9.	Работа со СМИ	Стратегия работы со СМИ. Принципы работы со СМИ. Прямое управление СМИ. Косвенное управление СМИ
1.10	Механизм управления СМИ	Общесметодологические приемы конструирования новостей. Основной вес новости. Дополнительный вес новости.
1.11	Новость в современном обществе.	Формы и методы подачи новостных материалов
1.12	Информационные мероприятия	Организация и проведение информационных мероприятий. Виды информационных мероприятий. Оценка эффективности проведенных мероприятий.
<b>2. Практические занятия</b>		
2.1	Деловые коммуникации	Цель, задачи. Предмет курса. Сущность и содержание
2.2	Информационные потребности современного общества и пути их удовлетворения.	Качественные и количественные характеристики информации. Семиотика как наука об информации и ее составляющие (семантика, синтактика, прагматика). Информационные и поведенческие ограничения
2.3	Работа с целевыми аудиториями	Понятие целевых аудиторий, учет их особенностей и приоритетов. Средства связи с целевыми аудиториями. Структура коммуникативного акта (информационный, интерактивный и операционный элементы).
2.4	Теория формирования общественного мнения	Понятие, особенности и отличительные признаки общественного мнения. Структура общественного мнения.
2.5	Коммуникационная политика	Правила коммуникационной политики. Коммуникационные модели. Глобализация коммуникационных потоков.
2.6	Теория коммуникаций	Виды и эффективность коммуникаций. Сущность коммуникационного процесса. Шум в коммуникациях
2.7	Межличностные коммуникации.	Барьеры восприятия. Использование нейролингвистического программирования для совершенствования межличностных коммуникаций. Правила эффективного слушания. Правила эффективного общения. Стили общения и их использование в деловом общении.
2.8	Информационный продукт	Качество информационного продукта. Управление информационной сферой.

2.9	Работа со СМИ	Стратегия работы со СМИ. Принципы работы со СМИ. Прямое управление СМИ. Косвенное управление СМИ
2.10	Механизм управления СМИ	Общеметодологические приемы конструирования новостей. Основной вес новости. Дополнительный вес новости.
2.11	Новость в современном обществе.	Формы и методы подачи новостных материалов
2.12	Информационные мероприятия	Организация и проведение информационных мероприятий. Виды информационных мероприятий. Оценка эффективности проведенных мероприятий.

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				Всего
		Лекции	Практическое	Лабораторные	Самостоятельная работа	
1	Деловые коммуникации	2	2		4	8
2	Информационные потребности современного общества и пути их удовлетворения.	2	2		8	12
3	Работа с целевыми аудиториями.	2	2		4	8
4	Теория формирования общественного мнения	2	2		4	8
5	Коммуникационная политика	2	2		6	10
6	Теория коммуникаций	4	4		4	12
7	Межличностные коммуникации.	4	6		12	22
8	Информационный продукт	2	2		4	8
9	Работа со СМИ	4	4		8	16
10	Механизм управления СМИ	6	6		10	22
11	Новость в современном обществе.	2	2		4	8
12	Информационные мероприятия	4	4		8	16
	Итого:	36	36		72	144

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

Для достижения цели преподавания дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинарские занятия, проводимые в форме круглых столов, дискуссионных панелей по актуальным проблемам формирования и функционирования деловых коммуникаций в современном обществе, тестирование, участие в выполнении командного задания по решению конкретных вопросов, предусмотренных рабочей программой.

##### Методические указания для обучающихся по работе над конспектом лекции.

Лекция – систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала с использованием элементов интерактивного общения.

В процессе лекций обучающимся рекомендуется вести конспект для использования полученного материала при подготовке к семинарским занятиям и выполнения самостоятельной работы. В целях более полного представления о предмете (теме) лекции обучающимся рекомендуется использовать дополнительные материалы, прежде всего опубликованные в периодической печати (желательно изданиях, рекомендованных ВАК).

Следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации.

В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

##### Методические указания для обучающихся при подготовке к семинарским занятиям

Семинарские занятия проводятся в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки обучающимся рекомендуется изучить основную литературу, желательно использовать лекционный материал в качестве отправной точки изучения проблемы, затем ознакомиться с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем и предусмотренной настоящей рабочей программой, уделяя первоочередное внимание периодическим изданиям в силу специфики изучаемой дисциплины. Особое внимание следует уделять анализу публикуемых в периодической печати статистических и фактографических данных, что позволяет овладеть способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации

Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие.

Качественная подготовка к семинарским занятиям – весьма важна, т.к., с одной стороны, позволяет расширить и закрепить пассивные знания, полученные на лекции, с другой - активность обучающегося является предметом контроля его продвижения в освоении курса.

##### Методические рекомендации по подготовке к круглому столу и дискуссионной панели по актуальным вопросам организации и функционирования деловых коммуникаций.

Прежде чем приступать к рассмотрению проблемной ситуации или актуального спорного вопроса, требующих использования деловых коммуникаций, обучающемуся необходимо ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса; получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы; При выполнении заданий, предложенных для самостоятельной работы, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. В случае затруднений при подготовке командного

задания допускаются два варианта: обращение за помощью к преподавателю или вынесение вопроса на обсуждение с командами-конкурентами.

При выполнении задания первоочередное внимание следует уделять теоретической базе, фактологической и статистической аргументации в пользу рекомендуемого решения поставленного вопроса или рассматриваемой проблемы. В случае затруднений с поиском фундаментальных источников, фактологического материала, подбора аргументов и т.п. следует обратиться к преподавателю, предварительно составив перечень уже сделанного для решения поставленного вопроса (составленный библиографический перечень обязателен!) и с указанием что конкретно вызвало затруднения. Это необходимо для того, чтобы преподаватель быстрее и эффективнее оказал помощь в устранении затруднений.

#### **Критерии оценки:**

– оценка «зачтено» выставляется обучающемуся/ команде, если использован исчерпывающий перечень источников информации по выбранной проблематике, отражающий современное состояние и динамику изучаемого явления, выводы по результатам выполнения работы логичны, реалистичны обоснованы (подкреплены достоверным фактологическим и желательным статистическим материалом).

– оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся/команде, если при выполнении работы использованы устаревшие либо недостоверные данные (фактологические), устаревшая теоретическая база и, соответственно, содержание выводов не удовлетворяет предъявляемым требованиям.

#### **15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины**

##### **а) основная литература**

№ п/п	Источник
1	Мишон Е.В. Исследование социально-экономических и политических процессов [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.В. Мишон .— Электрон. текстовые дан. — Воронеж : Воронежский государственный университет, 2015 .— Загл. с титула экрана .— Свободный доступ из интрасети ВГУ .— Текстовый файл .— Windows 2000 ; Adobe Acrobat Reader .— <URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-81.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-81.pdf</a> >.
2	Мишон Е.В. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.В. Мишон. — Электрон. текстовые дан. — Воронеж: Воронежский государственный университет, 2015. — Загл. с титула экрана. — Электрон. версия печ. публикации. — Свободный доступ из интрасети ВГУ. — <URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-83.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-83.pdf</a> >.

##### **б) дополнительная литература:**

№ п/п	Источник
3	Мишон Е.В. Теория управления общественными отношениями: учебное пособие для вузов / Е.В. Мишон; Воронеж. гос. ун-т. - Воронеж: ЛОПВГУ, 2006. - 70 с.: табл. — <URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/may07040.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/may07040.pdf</a> >.
4	Связи с общественностью. Базовые понятия: Учебное пособие / Под ред. В.В. Тулупова и Ю.Л. Полевого. - Воронеж: Кварта, 2003. - 318, [1] с. - (Системы и коммуникации. Научная серия) .— ISBN 5-89609-041-2.
5	Управление общественными отношениями: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080504 "Государственное и

	муниципальное управление" / [Н.О. Воскресенская и др.]; под ред. Ю.К. Федулова. - М.: Вузовский учебник, 2010. - 151, [1] с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 137 .— ISBN 978-5-9558-0126-1.
6	Чумиков А.Н., Бочаров В.П. Связи с общественностью / А.Н. Чумиков, В.П. Бочаров. - М., 2004. - 495с

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

№ п/п	Источник
6	<a href="http://president.kremlin.ru">http://president.kremlin.ru</a> – официальный портал Администрации Президента Российской Федерации
7	<a href="http://www.duma.ru">www.duma.ru</a> - Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации
8	<a href="http://www.council.gov.ru">www.council.gov.ru</a> - Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации
9	<a href="http://www.government.gov.ru">www.government.gov.ru</a> - Правительство Российской Федерации
10	<a href="http://www.rsnet.ru">www.rsnet.ru</a> - Сервер органов государственной власти "Официальная Россия"

#### 16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1.	Управление общественными отношениями: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080504 "Государственное и муниципальное управление" / [Н.О. Воскресенская и др.]; под ред. Ю.К. Федулова. - М.: Вузовский учебник, 2010. - 151, [1] с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 137 .— ISBN 978-5-9558-0126-1.
2.	<a href="http://www.rsnet.ru">www.rsnet.ru</a> - Сервер органов государственной власти "Официальная Россия"

#### 17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

Для организации занятий требуется:

- персональный компьютер и видеопроекторное оборудование;
- программное обеспечение общего назначения Microsoft Office;
- специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.

#### 18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебные материалы, предоставляемые преподавателем, библиотечный фонд ЗНБ ФГБОУ ВПО «ВГУ», стандартно оборудованная учебная аудитория, доступ к сети Интернет.

Мультимедийные проекторы Toshiba TLP 781, NEC NP 100, NEC №P60, EIKI Panasonic22; ноутбук Acer EX-4230; компьютеры Pentium IV.



## 19. Фонд оценочных средств:

### 19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)
ОК-6 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: - базовые технологии формирования общественного мнения	1.3. Целевые аудитории, учет их особенностей и приоритетов. Средства связи с целевыми аудиториями. 1.4 Понятие, особенности и отличительные признаки общественного мнения. Структура общественного мнения.	
	Уметь: - вести переговоры и совещания  владеть (иметь навык(и)): способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	1.2 Качественные и количественные характеристики информации. Информационные и поведенческие ограничения  2.7 Барьеры восприятия. Правила эффективного слушания. Правила эффективного общения.	Тест № 1, 3
ОПК-4 способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять	Знать: - положения теории коммуникаций и основ функционирования и управления общественным мнением, необходимые для разработки и обоснования управленческих решений	1.9 Принципы работы со СМИ. Прямое управление СМИ. Косвенное управление СМИ, 1.10 Общеметодологические приемы конструирования	

деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	по вопросам, затрагивающим общественные интересы	новостей. Основной вес новости. Дополнительный вес новости	
	Уметь: - - осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	1.3 Структура коммуникативного акта (информационный, интерактивный и операционный элементы).	Тест № 2, 4
	Владеть: (иметь навык(и)):- - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления	1.7. Правила эффективного общения. Стили общения и их использование в деловом общении	
<b>Промежуточная аттестация</b>			Перечень вопросов

### 19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации.

Для оценивания результатов обучения на зачете используется – зачтено, не зачтено.

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, умеет применять теоретические знания для выполнения практических заданий.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Зачтено</i>
Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки при выполнении практических заданий, демонстрирует отсутствие знаний, умений и навыков соответствующих изучаемой дисциплине	-	<i>Не зачтено</i>

### **19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### **19.3.1 Перечень вопросов к зачету**

1. Цель, задачи и предмет курса. Роль деловых коммуникаций в современном мире.
2. Понятие «коммуникация». Виды коммуникаций. Эффективные и неэффективные коммуникации.
3. Коммуникационный процесс. Элементы коммуникационного процесса
4. Организационные коммуникации и пути повышения их эффективности.
5. Виды организаций, использующих ПР.
6. Основные принципы управления и поддержания связей с общественностью.
7. Правила коммуникационной политики.
8. Логика управления общественными отношениями
9. Механизм управления общественными отношениями.
10. Стратегическое планирование ПР-деятельности, его этапы.
11. Алгоритм проведения избирательной кампании.
12. Алгоритм построения имиджа организации.
13. Механизм управления информацией.
14. Формы подачи новостных материалов: пресс-конференция. Этапы подготовки и проведения пресс-конференции.
15. Конференция. Информационные мероприятия при проведении конференций. Приемы и их виды.
16. Презентация. Ее виды и отличия от других видов подачи новостных материалов. Пресс-тур.

#### **19.3.2 Тестовые задания**

##### **Тест 1**

#### **1. Укажите основные подходы к определению ПР-деятельности:**

- А) альтруистический;
- Б) прагматический;
- В) компромиссный;
- Г) синтетический.

#### **2. ПР-деятельность:**

- А) отличается от рекламы;
- Б) является составной частью рекламы;
- В) это разные термины, отражающие практически одно и то же.

#### **3. Этапы проведения политики ПР (RACE) включают:**

- А) исследования;
  - Б) организацию и планирование работ;
  - В) коммуникации;
  - Г) одобрение целевых групп;
  - Д) оценка эффективности восприятия информации.
- Лишнее зачеркнуть.

#### **4. В отличие от рекламы ПР:**

- А) размещают информацию исключительно за счет ее актуальности;

- Б) ориентируются на создание косвенных благоприятных условий для достижения желаемого результата;
  - В) ориентированы на результат.
- Лишнее зачеркнуть.

**5. Целевая аудитория – это**

- А) совокупность трудовых коллективов;
- Б) контингент, для которого предназначается информация;
- В) различные социальные слои населения

**Какой подход к определению ПР используется в России:**

- А) альтруистический;
- Б) прагматический.
- В) компромиссный

**6. Виды организаций, наиболее активно использующие методы ПР в своей деятельности:**

- А) международные корпорации;
- Б) членские организации;
- В) военные организации;
- Г) организации, действующие в общественном секторе;
- Д) правительственные организации (федеральные, территориальные)

Лишнее зачеркнуть.

**7. В отличие от пропаганды ПР:**

- А) основываются на правдивой информации;
- Б) допускают одностороннее воздействие на индивида;
- В) носят более «мягкий» характер;
- Д) используют механизм двусторонней связи.

Лишнее зачеркнуть.

**8. Информация – это**

- А) набор сведений по проблеме;
- Б) обработанные данные;
- В) статистические подборки.

**9. Укажите верное утверждение:**

- А) В эффективной коммуникации полностью отсутствует шум;
- Б) В эффективной коммуникации уровень шума минимальный

**10. Самый прибыльный рынок для ПР-деятельности – это:**

- А) военная сфера;
- Б) избирательные кампании;
- В) лобби-бизнес, т.к. он не ограничен во времени в отличие от избирательной кампании;
- Д) общественный сектор.

**11. Выберите верное утверждение:**

- А) использование ПР-методов для привлечения инвестиций – это скорее дань моде, нежели реальные перспективы.
- Б) правильная организация ПР-кампании позволяет привлечь значительные финансовые средства.

**12. Объект управления общественными отношениями:**

- А) мнение признанных лидеров
- Б) мнение наиболее активной части населения
- В) общественное мнение

Тест 2

**1. Вычеркните лишний элемент системы управления общественными отношениями:**

- А) ценности;
- Б) потребности;
- В) взгляды;
- Г) интересы;
- Д) мнения;
- Ж) действия.

**2. Прямое управление информацией – это**

- А) административный запрет деятельности некоторых изданий;
- Б) строгое соответствие Закону «О средствах массовой информации».

**3. В повседневной информационной практике нормальное манипулирование:**

- А) категорически запрещено;
- Б) используется крайне редко;
- В) применяется СМИ.

**4. Вычеркните лишний элемент коммуникационного процесса:**

- А) сообщение;
- Б) получатель информации;
- В) отправитель;
- Г) средство передачи информации;
- Д) редактор информации.

**5. Основное отличие пресс-конференции от брифинга:**

- А) стоимость организации мероприятия;
- Б) место проведения;
- В) сроки проведения.

**6. Вычеркните «лишнего» члена президиума при проведении пресс-конференции:**

- А) ньюсмейкер;
- Б) ведущий;
- В) редактор;
- Д) эксперт.

**7. В крупных государственных структурах существуют следующие подразделения:**

- А) Пресс-служба Президента РФ;
- Б) Управление Президента РФ по связям с общественностью;
- В) Пресс-служба Государственной Думы РФ;

Г) Центр общественных связей Федеральной службы налоговой полиции (ЦОС ФСНП)

Д) Пресс-служба Министерства экономического развития и торговли (МЭРТ);

Ж) Информационно-аналитический отдел по связям с прессой и общественностью при Министерстве общего и профессионального образования РФ (федерального агентства по образованию).

**Лишнее зачеркнуть.**

### **8. Что верно:**

А) главная задача имиджмейкера – разработать позитивный имидж объекта;

Б) у имиджмейкера могут быть и другие задачи, например, разработка отрицательного имиджа;

В) имиджмейкер может разработать отрицательный имидж, но это преследуется в законодательном порядке.

## **Тест 3**

### **1. Вычеркните лишний элемент механизма управления общественными отношениями:**

А) выбор объекта;

Б) определение посредника;

В) послание;

Д) каналы передачи;

Ж) целевая аудитория;

З) ответная реакция целевой аудитории.

### **2. Формулировка миссии позволяет:**

А) лучше понять настоящее организации;

Б) увеличить получение прибыли;

В) сформировать основы корпоративной философии.

### **3. Основным коммуникационным барьером является:**

А) технические средства связи;

Б) межличностные коммуникационные барьеры;

В) разноплановая деятельность СМИ.

### **4. Вычеркните лишние элементы механизма управления информацией:**

А) формирование собственного информационного потока;

Б) сегментирование информационного потока;

В) приоритетная поставка информации;

Г) оптимизация формы и стиля подачи материала;

Д) одобрение руководителя.

### **5. Вычеркните лишний этап прохождения информации –**

А) формирование информационного сообщения;

Б) кодирование;

В) выбор канала связи;

Д) декодирование;

Ж) одобрение получателя.

### **6. Релизы бывают:**

А) пресс-релиз анонс;

- Б) новостной пресс-релиз;
  - В) информационный пресс-релиз.
- Лишнее утверждение вычеркнуть.

**7. На пресс-конференцию организаторы должны являться:**

- А) заранее;
- Б) в точно установленный срок, т.к. задержка недопустима;
- В) возможно 15-ти минутное опоздание для «разогрева» интереса собравшихся.

**8. Характеристики информации (лишнее зачеркнуть):**

- А) оперативность
- Б) востребованность
- В) стоимость
- Г) достоверность
- Д) актуальность

**Тест 4**

**1. Коммуникации подразделяются на:**

- А) формальные
  - Б) неформальные
  - В) эффективные
- (лишнее зачеркнуть).

**2. Социальные коммуникации подразделяются (лишнее зачеркнуть):**

- А) межличностные
- Б) массовые
- В) общественные
- Г) оппозиционные

**3. Средства массовой коммуникации – это (лишнее зачеркнуть):**

- А) радио
- Б) телевидение
- В) печать
- Г) слухи

**4. Невербальные преграды общения – это (лишнее зачеркнуть):**

- А) мимика
- Б) жесты
- В) оскорбительные графические изображения
- Г) интонации

**5. Управление СМИ подразделяется на (лишнее зачеркнуть):**

- А) прямое
- Б) косвенное
- В) директивное

**6. Косвенное управление СМИ – это (лишнее зачеркнуть):**

- А) рекомендации
- Б) формальные методы управления
- В) неформальные методы управления

**7. Механизм управления информацией включает:**

- А) 4 элемента
- Б) более 4 элементов
- В) менее 4 элементов

**8. Формы подачи новостных материалов (лишнее зачеркнуть):**

- А) пресс-конференция
- Б) конференция
- В) презентация
- Г) пресс-тур
- Д) скандал
- Е) брифинг

**9. Алгоритм построения имиджа включает пункт «информация об окружении» (друзья, враги):**

- А) да
- Б) нет

**10. Имиджевые акции проводятся:**

- А) до разработки легенды
- Б) после разработки легенды
- В) до и после разработки легенды

**11. Имидж организации – это**

- А) образ организации, сформированный в общественном сознании;
- Б) дизайнерские разработки, позволяющие идентифицировать организацию.

Критерии оценки тестовых заданий:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он отвечает правильно на все вопросы теста.
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он отвечает правильно на 80% вопросов.
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он отвечает правильно на 50% вопросов.

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

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

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах: устного опроса (индивидуальный опрос, защита командных проектов); письменных работ (тестирование, командные проекты). Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования. Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают



тестовые задания, позволяющие оценить уровень полученных знаний, умений и навыков.

При оценивании используется качественная шкала оценок. Критерии оценивания приведены выше.