

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.
подпись

_____.____.2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.12 Управление общественными отношениями

- 1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:** 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление»
- 2. Профиль подготовки/специализация:** Управление социально-экономическим развитием территории
- 3. Квалификация (степень) выпускника:** магистр
- 4. Форма обучения:** очно-заочная
- 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 24.05.2018 г.
- 8. Учебный год:** 2018-2019 **Семестр(ы):** 4

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью преподавания дисциплины является формирование у студентов знаний и навыков, необходимых для эффективного руководства коллективом и толерантного отношения к социально-экономическим и политическим процессам, происходящим в обществе.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение теоретико-методологических основ управления общественными отношениями;
- формирование организационных способностей, позволяющих руководить коллективом,
- развитие умения толерантного восприятия социально-экономических и политических изменений.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: блок Б1.В, вариативная часть, обязательная дисциплина.

Требования к входным знаниям, умениям и навыкам:

студент должен знать:

- принципы научного исследования;
- основные тенденции социально-экономического развития;

студент должен уметь:

- критически воспринимать информацию;
- применять методы экономического исследования

студент должен иметь навыки:

- аргументированного изложения своей позиции;
- диагностики социально-экономических проблем

Дисциплины, для которых данная дисциплина является последующей:

- региональная социально-экономическая политика;
- управление в социальной сфере.

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	
ПК-2	владение организационными способностями, умением находить и принимать организационные управленческие решения, в том числе и в кризисных ситуациях	знать: - базовые положения теории коммуникаций и основ функционирования и управления общественным мнением, которые необходимы для разработки и обоснования управленческих решений по вопросам, затрагивающим общественные интересы. уметь: - находить и принимать организационные управленческие решения в работе с группами общественности; владеть: - навыками аргументированного построения устной и письменной речи; - организационными способностями.
ПК-7	способность	знать:

	разрабатывать системы стратегического, текущего и оперативного контроля	- роль, которую играет будущая профессия обучающегося в формировании общественного мнения; уметь: - аргументированно и ясно формулировать информацию об изменениях социально-экономического характера; владеть: - способностью разрабатывать системы стратегического, текущего и оперативного контроля
ОПК-3	готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	знать: - сущность и цели управления общественными отношениями; уметь: - руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; владеть: - способностью к диалогу на основе ценностей гражданского демократического общества; - организационными способностями.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. – 4/144.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

13. Виды учебной работы.

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)			
	Всего	По семестрам		
		4 семестр	
Аудиторные занятия	54	54		
в том числе: лекции	18	18		
практические	36	36		
лабораторные	-	-		
Самостоятельная работа	54	54		
Форма промежуточной аттестации: экзамен	36	36		
Итого:	144	144		

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лекции		
1.1	Предмет, структура, основные функции общественных отношений	Сущность и цели управления общественными отношениями. Теоретическая база управления общественными отношениями (ПР). История формирования и развития ПР. Этапы политики управления общественными отношениями.

		Эффективность ПР.
1.2	Информационные процессы в обществе	Информационные потребности. Информационные и поведенческие ограничения. Целевые аудитории, учет их особенностей и приоритетов. Качество информационного продукта. Управление информационной сферой.
1.3	Коммуникационные процессы в обществе	Виды и эффективность коммуникаций. Сущность коммуникационного процесса. Шум. Межличностные коммуникации. Барьеры восприятия. Использование нейролингвистического программирования для совершенствования межличностных коммуникаций.
1.4	Общественное мнение – основной элемент управления общественными отношениями	Динамика формирования общественного мнения. Основные принципы поддержания связей с общественностью. Коммуникационные модели. Логика управления общественными отношениями. Механизм управления общественными отношениями.
1.5	Управление общественными отношениями в политике	Лоббирование корпоративных интересов. Современные методы лоббирования. Организация выборных кампаний. Цветной ПР.
1.6	Управление общественными отношениями и средства массовой информации (СМИ)	Прямое управление СМИ. Косвенное управление СМИ. Механизм управления информацией. Общесметодологические приемы конструирования новостей. Основной вес новости. Дополнительный вес новости. Формы и методы подачи новостных материалов.
1.7	Управление кризисными ситуациями	Управление кризисными ситуациями. Кризис – чрезвычайное происшествие. Кризис – конфликт
1.8	Имидж и алгоритм его построения	Имидж и корпоративные отношения. Алгоритм построения имиджа. Роль ПР в формировании репутации субъекта (индивида/организации). Управление репутацией через предоставление информации.
1.9	Основные организационные формы и практические мероприятия ПР.	Службы, выполняющие ПР-функции. Специализированная ПР-фирма. Информационная политика как инструмент государственного управления. Деятельность государственных ПР-служб.
2. Практические занятия		
2.1	Предмет, структура, основные функции общественных отношений	Сущность и цели управления общественными отношениями. История формирования и развития ПР. Этапы политики управления общественными отношениями. Эффективность ПР.
2.2	Информационные процессы в обществе	Информационные и поведенческие ограничения. Целевые аудитории, учет их особенностей и приоритетов. Качество информационного продукта. Управление информационной сферой.
2.3	Коммуникационные процессы в обществе	Сущность коммуникационного процесса. Шум. Межличностные коммуникации. Барьеры восприятия. Выработка навыков аргументированного построения устной и письменной речи (структурирование и алгоритм подачи информации), формирование умения находить и принимать организационные управленческие решения в работе с группами общественности, способности к диалогу на основе ценностей гражданского демократического общества с помощью эмпатии и общения с целевыми аудиториями с учетом барьеров межличностного

		общения.
2.4	Общественное мнение – основной элемент управления общественными отношениями (ПР)	Коммуникационные модели. Логика управления общественными отношениями. Механизм управления общественными отношениями.
2.5	Управление общественными отношениями в политике	Организация и проведение выборных кампаний. Цветной ПР: виды и цели.
2.6	Управление общественными отношениями и средства массовой информации (СМИ)	Общесметодологические приемы конструирования новостей. Основной вес новости. Дополнительный вес новости. Формы и методы подачи новостных материалов. Практические задания (организация и проведение пресс-конференции, брифинга, презентации). Виды приемов и их значение для налаживания деловых коммуникаций в сфере управления общественными отношениями.
2.7	Управление кризисными ситуациями	Особенности управления общественными отношениями в кризисных ситуациях. Особенности толпы и способы воздействия на нее методами управления общественными отношениями.
2.8	Имидж и алгоритм его построения	Паблицитный капитал и его потребительная стоимость (репутация, имидж). Управление репутацией через предоставление информации. Имидж как информационная структура. Практические примеры разработки имиджа субъекта.
2.9	Основные организационные формы и практические мероприятия ПР	Службы, выполняющие ПР-функции. Специализированная ПР-фирма. Информационная политика как инструмент государственного управления. Деятельность государственных ПР-служб.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий:

№п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Предмет, структура, основные функции общественных отношений	2	2	-	4	8
2	Информационные процессы в обществе	2	2	-	4	8
3	Коммуникационные процессы в обществе	2	6	-	8	16
4	Общественное мнение – основной элемент управления общественными отношениями	2	4	-	6	12
5	Управление общественными отношениями в политике	2	4	-	6	12
6	Управление общественными отношениями и средства	2	6	-	8	16

	массовой информации (СМИ)					
7	Управление кризисными ситуациями	2	4	-	6	12
8	Имидж и алгоритм его построения	2	6	-	8	16
9	Основные организационные формы и практические мероприятия ПР.	2	2	-	4	8
	Итого:	18	36	-	54	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для достижения цели преподавания дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, практические занятия, проводимые в форме круглых столов, дискуссионных панелей.

Методические указания для обучающихся по работе с конспектом в процессе 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 практическим 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. Это позволяет выработать умение аргументированно и ясно формулировать информацию об изменениях социально-экономического характера, овладеть навыками аргументированного построения устной и письменной речи, а также умением руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

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

Методические указания для обучающихся при подготовке к практическим занятиям

Практические 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 организационными способностями, необходимыми для руководства коллективом.

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

Качественная подготовка к практическим 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, дискуссионной панели

Прежде чем приступать к рассмотрению проблемной ситуации или актуального спорного вопроса, 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.

При выполнении задания первоочередное внимание следует уделять теоретической базе, фактологической и статистической аргументации в пользу защищаемого решения.

Собранный материал по проблеме должен отвечать требованиям: объективность, адекватность, временная составляющая.

При подготовке к дискуссии следует использовать актуальные данные, желательны охватывающие период не менее 5 лет.

В случае затруднений с поиском фундаментальных источников, статистического материала, подбора аргументов и т.п. следует обратиться к преподавателю, предварительно составив перечень того, что сделано для решения поставленного вопроса и что конкретно вызвало затруднения, чтобы преподаватель быстрее и эффективнее помог устранить затруднения.

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

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Общественное мнение : ценности и оценки электорального поведения / В.М. Герасимов ; Иваненко К. А. — Москва : Дашков и Ко, 2014 .— 224 с. — ISBN 978-5-394-02415-3 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253805 >.
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. — Свободный доступ из интрасети ВГУ. — Текстовый файл. — Windows 2000; Adobe Acrobat Reader. — <URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-85.pdf >.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд / А.Н. Чумиков .— Москва : Аспект Пресс, 2012 .— 160 с. — (Учебник нового поколения) .— ISBN 978-5-7567-0656-7 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104329 >.
4	Связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие для студ. вузов / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации .— 2-е изд., испр. и доп. — М. : Дело, 2004 .— 495 с., [8] л. цв. ил. — ISBN 5-7749-0293-5.
5	Мишон Е.В. Теория управления общественными отношениями : учебное пособие для вузов / Е.В. Мишон ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : ЛОП ВГУ, 2006 .— 70 с. : табл. — <URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/may07040.pdf >.

6	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.
7	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.

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

№ п/п	Ресурс
1	http://president.kremlin.ru – официальный портал Администрации Президента Российской Федерации
2	www.duma.ru - Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации
3	www.council.gov.ru - Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации
4	www.government.gov.ru - Правительство Российской Федерации
5	www.rsnnet.ru - Сервер органов государственной власти "Официальная Россия"

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Общественное мнение : ценности и оценки электорального поведения / В.М. Герасимов ; Иваненко К. А. — Москва : Дашков и Ко, 2014 .— 224 с. — ISBN 978-5-394-02415-3 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253805 >.
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. — Свободный доступ из интранета ВГУ. — Текстовый файл. — Windows 2000; Adobe Acrobat Reader. — <URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-85.pdf >.
3	Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд / А.Н. Чумиков .— Москва : Аспект Пресс, 2012 .— 160 с. — (Учебник нового поколения) .— ISBN 978-5-7567-0656-7 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104329 >.

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 ВО «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)
ПК-2 - владение организационными способностями, умением находить и принимать организационные управленческие решения, в том числе и в кризисных ситуациях	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые положения теории коммуникаций и основ функционирования и управления общественным мнением, которые необходимы для разработки и обоснования управленческих решений по вопросам, затрагивающим общественные интересы. 	<p>Общественное мнение – основной элемент управления общественными отношениями (ПР).</p> <p>Управление кризисными ситуациями.</p>	Тесты 1-4
	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить и принимать организационные управленческие решения в работе с группами общественности; 	Управление общественными отношениями в политике	Круглый стол, дискуссионные панели
	<p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками аргументированного построения устной и письменной речи; - организационными способностями. 	<p>Шум. Межличностные коммуникации. Барьеры восприятия.</p> <p>Управление общественными отношениями и средства массовой информации (СМИ). Формы подачи новостных материалов.</p>	
ПК-7 - способность разрабатывать системы стратегического, текущего и оперативного контроля	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - роль, которую играет будущая профессия обучающегося в формировании общественного мнения; 	Предмет, структура, основные функции общественных отношений	Тесты 1-4
	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аргументированно и ясно формулировать информацию 	Управление общественными отношениями и	Круглый стол, дискуссионные панели

	об изменениях социально-экономического характера;	средства массовой информации (СМИ)	
	владеть: - организационными способностями	Организация и проведение выборных кампаний. Цветной ПР: виды и цели	
ОПК-3 – готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	знать: - сущность и цели управления общественными отношениями	Предмет, структура, основные функции общественных отношений. Основные организационные формы и практические мероприятия ПР	Устный опрос, тесты 1-4
	Уметь: руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Информационные процессы в обществе. Коммуникационные процессы в обществе.	Круглый стол, дискуссионные панели
	владеть: - способностью к диалогу на основе ценностей гражданского демократического общества; - организационными способностями.		
Промежуточная аттестация			Перечень вопросов к экзамену

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

Для оценивания результатов обучения на экзамене используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области управления общественными отношениями	Повышенный уровень	Отлично
Обучающийся владеет понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ примерами, допускает ошибки при использовании фактологического материала.	Базовый уровень	Хорошо
Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен иллюстрировать ответ примерами, не умеет применять теоретические знания для выполнения практических заданий.	Пороговый уровень	Удовлетворительно
Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки при выполнении практических заданий.	–	Неудовлетворительно

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 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

6. Какой подход к определению ПР используется в России:

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

7. 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.

8. В отличие от пропаганды ПР:

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

Лишнее зачеркнуть.

9. Информация – это

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

10. Укажите верное утверждение:

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

11. 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;
- Г) общественный сектор.

12. 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.

13. 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.

19.3.2 Перечень вопросов к экзамену

1. Сущность и содержание курса «Управление общественными отношениями»
2. Цель ПР. Основная задача ПР.
3. Исторические корни ПР. Этапы формирования ПР и динамика их развития. Видные деятели ПР.
4. Понятие «коммуникация». Виды коммуникаций. Эффективные и неэффективные коммуникации.
5. Коммуникационный процесс. Элементы коммуникационного процесса
6. Организационные коммуникации и пути повышения их эффективности.
7. Виды организаций, использующих ПР. Основные принципы управления и поддержания связей с общественностью. Правила коммуникационной политики.
8. Логика управления общественными отношениями

9. Механизм управления общественными отношениями.
10. Стратегическое планирование ПР-деятельности, его этапы.
11. Алгоритм разработки выборных кампаний.
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.
17. Направления деятельности ПР-служб в органах государственного и муниципального управления.
18. Государственная пресс-служба, ее структура. Пресс-служба Президента РФ, Управление Президента РФ по связям с общественностью.
19. Пресс-служба Государственной Думы РФ, Центр общественных связей
20. Специализированная ПР-фирма. Основные должности и функции сотрудников ПР-фирм. Распределение обязанностей

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, круглые столы, дискуссионные панели); письменных работ (тестирование). 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 теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний, умений и навыков.

При оценивании используется шкала оценок. Критерии оценивания приведены выше.