

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.
_____.____.2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.05.01 «Управление общественными отношениями в регионе»

- 1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:**
38.03.01 «Экономика»
- 2. Профиль подготовки/специализации:** «Региональная экономика»
- 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 24.05.2018 г.
- 8. Учебный год:** 2018/2019 **Семестр(-ы):** 3

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью преподавания дисциплины является формирование у студентов компетенций, необходимых для эффективного руководства коллективом: определения оптимального организационно-управленческого решения в профессиональной деятельности и готовности нести за него ответственность.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение теоретико-методологических основ управления общественными отношениями;
- развитие коммуникативных способностей в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия позволяющих руководить коллективом,
- формирование навыков организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: блок Б1, вариативная часть, дисциплина по выбору

Требования к входным знаниям:

знать:

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

уметь:

- находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и быть готовым нести за них ответственность критически воспринимать информацию;
- применять методы экономического исследования.

владеть/ иметь навыки:

- коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- аргументированного изложения своей позиции.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

- «Социология управления»;
- «Маркетинг»;
- «Общественно-частное партнерство».

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-4	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	знать: теоретико-методологические основы управления общественными отношениями; особенности управления общественными отношениями уметь: находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности владеть (иметь навык(и)): коммуникативными способностями в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения

		задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОПК-4	способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	знать: основы коммуникативного общения уметь: нести ответственность за принятые решения владеть (иметь навык(и)): навыками организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. – 2/72.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

13. Виды учебной работы.

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)			
	Всего	По семестрам		
		3	
Аудиторные занятия	36	36		
в том числе:				
лекции	18	18		
Практические	18	18		
Лабораторные	-	-		
Самостоятельная работа	36	36		
Итого:	72	72		
Форма промежуточной аттестации	зачет			

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лекции		
1.1	Структура и 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	Прямое управление СМИ. Косвенное управление СМИ. Механизм управления информацией. Общесметодологические приемы конструирования

	политике и средства массовой информации (СМИ)	новостей. Основной вес новости. Дополнительный вес новости. Формы и методы подачи новостных материалов.
1.6	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.
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. Общественное мнение. Его сущность, специфика и динамика формирования. Логика управления общественными отношениями. Механизм управления общественными отношениями.
2.5	Управление общественными отношениями и средства массовой информации (СМИ)	Общеметодологические 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.
2.6	Имидж и алгоритм его построения	Имидж. Алгоритм построения имиджа. Роль и возможности ПР в формировании положительного имиджа региона.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
		Лекции	Семинары	Самостоятельная работа	Всего
1	Предмет, структура, основные функции общественных отношений (ПР)	2	2	6	10
2	Информационные процессы в обществе	2	2	6	10

3	Коммуникационные процессы в обществе	4	4	8	16
4	Общественное мнение как структурный элемент управления общественными отношениями (ПР	2	2	6	10
5.	Управление общественными отношениями и средства массовой информации (СМИ)	4	4	6	14
6.	Имидж	4	4	4	12
	Итого:	18	18	36	72
	Форма промежуточной аттестации	зачет			

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 и презентации командных проектов.

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. Это позволяет выработать умение находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности.

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 коммуникативными способностями в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

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, дискуссионной панели, защите командного проекта

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. 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 защищаемого решения.

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

При подготовке к дискуссии или защите проекта следует использовать актуальные данные, желательно 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 сделанного для решения поставленного вопроса и что конкретно вызвало затруднения, чтобы преподаватель быстрее и эффективнее помог устранить затруднения.

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 статистическим материалом).

– оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся/команде, если при выполнении работы использованы устаревшие либо недостоверные данные (статистические и 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.	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 >.

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.	Чернышева Т.Л. Связи с общественностью (PR) : [учебное пособие] / Т.Л. Чернышева. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2012. – 140 с. – Свободный доступ из интранета ВГУ. — <URL: https://biblioclub.lib.vsu.ru/index.php?page=book&id=228940&sr=1 >.
5.	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.
6.	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 >.
7.	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.
8.	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	Источник
9.	http://president.kremlin.ru – официальный портал Администрации Президента Российской Федерации
10.	www.duma.ru - Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации
11.	www.council.gov.ru - Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации
12.	www.government.gov.ru - Правительство Российской Федерации
13.	www.rsnet.ru - Сервер органов государственной власти "Официальная Россия"

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

1	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 >.
2	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 >.
3	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 >.

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.

9. 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-4 - способность к коммуникации в	Знать: теоретико-методологические основы управления общественными отношениями;	Раздел (тема) 1.1 Структура и основные функции общественных отношений	опрос

устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	-особенности управления общественными отношениями		
	Уметь:находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности владеть (иметь навык(и)): коммуникативными способностями в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Раздел (тема) Наименование 1.2. Информационные процессы в обществе. 2.3. Коммуникативные процессы в обществе.	Тест № 1
ОПК-4 - способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	Знать: основы коммуникативного общения	1.4.Общественное мнение – основной элемент управления общественными отношениями (ПР).	
	Уметь: нести ответственность за принятые решения	2.4.Общественное мнение – основной элемент управления общественными отношениями (ПР).	Тест № 2
	Владеть: навыками организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды	2.3. Шум. Межличностные коммуникации. Барьеры восприятия. 2.5.Управление общественными отношениями и средства массовой информации (СМИ). Формы подачи новостных материалов.	Тест 3, 4
Промежуточная аттестация			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 сформирован	
---------------------------------	---------------------	--

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

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

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.

19.3.2. Перечень вопросов к зачету

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, 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.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление/специальность 38.03.01 «Экономика»

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 «Управление общественными отношениями в регионе»

Профиль подготовки «Региональная экономика»

Форма обучения очная

Учебный год 2018/2019

Ответственный исполнитель
Зав. кафедрой РЭиТУ _____ Рисин И.Е. _____.____ 20 г.

Исполнители
Профессор кафедры РЭиТУ _____ Мишон Е.В. _____.____ 20 г.

СОГЛАСОВАНО

Куратор ООП
по направлению/специальности _____ Исаева Е.М. _____.____ 20 г.

Начальник отдела обслуживания ЗНБ _____ Воищева Е.В. _____.____ 20 г.

Программа рекомендована НМС экономического факультета протокол №5 от 24.05.2018 г.