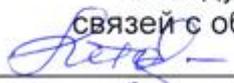


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
связей с общественностью  
  
Е.Е.Топильская  
подпись

22.06.2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.В.14 Профессиональные стандарты и этика**  
**в рекламе и связях с общественностью**

**1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**2. Профиль подготовки/специализация:**

Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации

**3. Квалификация (степень) выпускника:**

бакалавр рекламы и связей с общественностью

**4. Форма обучения:** очная

**5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:**

связей с общественностью

**6. Составители программы:** Попов Сергей Александрович, кандидат филологических наук, преподаватель

**7. Рекомендована:** Научно-методическим советом факультета журналистики (протокол №8 от 30.05.2017 г.)

**8. Учебный год:** 2017 / 2018

**Семестр(ы):** 2

**9. Цели и задачи учебной дисциплины:**

- Дать общую характеристику профессиональной деятельности по связям с общественностью.
- Выяснить предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики, культуры, социального развития России и регионов.

- Определить перспективы развития профессиональной деятельности по связям с общественностью на ближайшие годы.
- Выяснить основные положения проекта профессионального стандарта специалиста по связям с общественностью, разработанного РАСО.
- Выяснить взаимосвязь нравственного поведения и публичной профессии, поведения публичной персоны и этичного, этикетного взаимодействия, пути их гармоничного сопряжения и морально-нравственного самосовершенствования личности профессионала в сфере связей с общественностью.
- Выяснить объем понятий «профессиональные стандарты» и «этика».
- Установить границы понятий «связи с общественностью», «реклама» по отношению к понятиям «этика», «профессиональные стандарты».
- Продемонстрировать сущностную взаимосвязь этики и личностного поведения публичной персоны в связи с задачами публичных рилейшнз и рекламы, в том числе – в кризисной ситуации.

### 10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Дисциплина «Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (обязательные дисциплины).

Будучи преимущественно личностно ориентированной, настоящая дисциплина дает представление о планке этики в деятельности специалиста по связям с общественностью в XXI веке. Ввиду усложняющихся коммуникационных задач изучение профессиональных стандартов этики призвано способствовать гармонизации общественных отношений за счет следования этическим нормам, служить профилактике неэтичных технологий в ПР. Учебная дисциплина «Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью» является предшествующей для дисциплины «Этикет и имидж».

### 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-5	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<p>Знать основные принципы межличностной коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках</p> <p>Уметь налаживать эффективную коммуникацию для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>Владеть навыками коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p>
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>Знать основные принципы работы в коллективе и имеет представление о толерантности как культурно-мировоззренческой установке</p> <p>Уметь работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p>Владеть навыками работы в коллективе в условиях социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий</p>
ОПК-1	способность осуществлять под контролем	Знать профессиональные функции специалиста в области рекламы и связей с общественностью

	профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	<p>Уметь осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p> <p>Владеть навыками эффективного исполнения профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p>
ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать принципы создания эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации</p> <p>Уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию</p> <p>Владеть навыками участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.** (в соответствии с учебным планом) – 2 з.е. (часов в з.е. – 36) / 72 часа.

**Форма текущей аттестации:** тест, доклад, контрольная работа  
**Форма промежуточной аттестации - зачёт.**

### 13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)		
	Всего	По семестрам	
		2 сем.	
<b>Аудиторные занятия, в том числе в интерактивной форме</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	
в том числе: лекции	32	32	
практические	–	–	
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	
<b>Итого:</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	

#### 13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
<b>1. Лекции</b>		
1.1	Профессиональные стандарты в различных видах профессиональной деятельности. Общая характеристика профессиональной деятельности по связям с общественностью.	Зачем разрабатываются и принимаются профессиональные стандарты? Предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики, культуры, социального развития России и регионов. Перспективы развития профессиональной деятельности по связям с общественностью.
1.2	Обобщённые трудовые функции профессиональной деятельности по связям с общественностью (основные	Базовые функции профессиональной деятельности по связям с общественностью. Специализации (корпоративный PR и агентства).

	специализации).	
1.3	Специализации профессиональной деятельности по связям с общественностью.	<p>Корпоративный PR: стратегические коммуникации, цифровые коммуникации, работа со СМИ, организация мероприятий, спичрайтинг, выстраивание отношений с органами власти, внутренние коммуникации.</p> <p>Агентства: корпоративный (продуктовый PR), цифровые коммуникации, работа со СМИ, организация коммуникации в соцсетях, организация мероприятий, выстраивание отношений с органами власти.</p>
1.4	Необходимые профессиональные компетенции специалиста по связям с общественностью	<p>Готовность и способность к постоянному обучению; ответственность; внимательность; умение работать «в потоке»; рефлексивность; коммуникабельность; чувство прекрасного; проактивность; открытость переменам; стрессоустойчивость; способность быть «человеком-антенной»: улавливать сигналы изменений и трансформировать их в перемены; способность к работе в условиях неопределенности и многозадачности; способность к установлению доверия; способность к установлению межличностных связей и созданию сообществ; умение кратко и емко формулировать мысли; стратегическое мышление; системное мышление.</p>
1.5	Этика и этикет в публичной деятельности. Толерантность как этическое требование в публичной деятельности.	<p>Публичные профессии: PR-специалист, консультант, политик, политолог, политтехнолог, политический обозреватель. Этика публичной деятельности. Взаимосвязь и различие этикета и этики. Этикет как отражение принципов бесконфликтного общения в публичной деятельности. Толерантность и интолерантность. Ксенофобия. Экстремизм. Подстрекательство. Насильственные действия.</p>
1.6	Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью как фактор этической нормализации отрасли. Кодексы PR-деятельности и международные стандарты профессиональной этики.	<p>Саморегулирование PR-сообщества. Цели и задачи, особенности деятельности международных и национальных профессиональных объединений специалистов в области связей с общественностью. Кодексы в PR-деятельности (Афинский, Лиссабонский, IPRA, PACO). Принципы выработки и соблюдения этических стандартов.</p>
1.7	Этика и этикет в отношениях организации с целевыми аудиториями.	<p>Цели и задачи PR-специалиста в общении со СМИ, с органами государственной власти и местного самоуправления, партнерами, конкурентами, потребителями товаров и услуг. Профилактика интолерантности.</p>
1.8	Недобросовестный PR и пути противодействия ему.	<p>Понятия «черный PR» и «неэтичные технологии». Механизмы «черного» PR и неэтичных технологии (провокации, слухи, компромат). Репутационные риски и уроны. Способы противодействия «черному» PR: дезорганизация атаки, метод вспышки, контратака, усиление «белого» PR.</p>
1.9	Кризисный и антикризисный PR как профилактика и противодействие неэтичным технологиям.	<p>Кризис. Профилактика и реагирование. Цели и задачи кризисного PR. Цели и задачи антикризисного PR. Выработка версий. Заявление для СМИ, пресс-конференция, круглый стол как профилактические и антикризисные меры в публичной деятельности.</p>

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

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)		
		Лекции	Самостоятельная	Всего

			работа	
1.	Профессиональные стандарты в различных видах профессиональной деятельности. Общая характеристика профессиональной деятельности по связям с общественностью.	4	5	9
2.	Обобщённые трудовые функции профессиональной деятельности по связям с общественностью (основные специализации).	3	5	8
3.	Специализации профессиональной деятельности по связям с общественностью.	3	4	7
4.	Необходимые профессиональные компетенции специалиста по связям с общественностью	4	4	8
5.	Этика и этикет в публичной деятельности. Толерантность как этическое требование в публичной деятельности.	3	4	7
6.	Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью как фактор этической нормализации отрасли. Кодексы PR-деятельности и международные стандарты профессиональной этики.	4	6	10
7.	Этика и этикет в отношениях организации с целевыми аудиториями.	3	4	7
8.	Недобросовестный PR и пути противодействия ему.	4	4	8
9.	Кризисный и антикризисный PR как профилактика и противодействие неэтичным технологиям.	4	4	8
	<b>Итого:</b>	<b>32</b>	<b>40</b>	<b>72</b>

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

(рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: работа с конспектами лекций, презентационным материалом, выполнение практических заданий, тестов, заданий текущей аттестации и т.д.)

Самостоятельная работа студентов по учебной дисциплине «Профессиональные стандарты и этики в связях с общественностью» предполагает изучение рекомендуемой литературы, а также выполнение ряда индивидуальных заданий (решение задач по PR; решение кроссвордов; подготовка глоссариев; разработка PR-проектов; участие в конкурсах, фестивалях и т.п.).

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

##### а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Реклама и связи общественностью: теория и практика: учеб. пособие для студентов/ [Е.В. Маслова, Е.Ю. Красова, М.Е. Новичихина и др.; под ред. В.В. Тулупова]; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – 372 с.: [8]л. ил..
2.	Чумиков, А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - М. : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-7749-1135-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983

##### б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3.	Анучин А.А. Деловая этика : учебно-методическое пособие для вузов / А.А. Анучин ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : ЛОП ВГУ, 2006 .— 14 с. — Библиогр.: с. 14- <URL:http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/may07185.pdf>.

4.	Ворошилов В.В. Право и этика в журналистике. Курс лекций. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 160 с.
5.	Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации / Михаил Гундарин. – 2-е изд., доп. — СПб.: Питер, 2009. – 330 с.
6.	Дубко Е.Л. Политическая этика / Е.Л. Дубко ; Моск. гос.ун-т им. М.В.Ломоносова, Филос. фак. – М. : Трикта : Акад. проект, 2005. – 718 с.
7.	Ионас Г. Принцип ответственности: Опыт этики для технологической цивилизации. М.: Айрис-пресс, 2004. – 480 с.
8.	Капто А.С. Профессиональная этика. – М.: СКАГС, 2006. – 799 с.
9.	Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: [учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 «Журналистика» и специальности 030601 «Журналистика»] / Г.В. Лазутина. – Изд. 3-е, перераб. и доп. – М.: Аспект-Пресс, 2011.
10.	Мамонтов А. А. Практический PR. Как стать хорошим PR-менеджером. Версия 3.0 / Андрей Мамонтов. – СПб.: Питер, 2010. – 240 с.
11.	Пономарёв Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты. СПб.: Питер, 2008. – 207 с.
12.	Прохоров Е.П. Правовые и этические нормы в журналистике. – М.: Аспект-Пресс, 2009. - 232 с.
13.	Разин А.В. Этика: учебник для студентов философских специальностей / А.В. Разин; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – 3-е изд., перераб. – М.: Академический Проект, 2006. – 622 с.
14.	Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / [А.Е. Богоявленский и др.]; АНО "Ин-т полит. анализа и стратегий"; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж: Кварта, 2010. – 327 с.
15.	Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; под ред. А. Черниковой. - М. : Альпина Паблицер, 2016. - 230 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5746-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019 (19.01.2017).
16.	Чумиков А. Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры: учебно-практическое пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М.: Юрайт : Высшее образование, 2009. – 720 с.
17.	Чумиков, А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - М. : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-7749-1135-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983 (17.01.2017).

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

№ п/п	Источник
18.	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ( <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http // www.lib.vsu.ru/</a> ).
19.	Социальные и гуманитарные науки. Философия и социология : Библиогр. база данных. 1981–2009 гг. / ИНИОН РАН. – М., 2010. – (CD–ROM).

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

№ п/п	Источник
1	Минтусов И.Е., Филатова О.Г. Этика GR-коммуникаций в общеевропейской и российской практике: сравнительный анализ // Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2015. Вып. 4. – С. 87-95.
2	Васина Е.В. Анализ информационного сопровождения референдума о независимости Шотландии 2014 года с точки зрения теории «Окна Овертона» // Научные ведомости. Серия История. Политология – URL: <a href="http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/13065/1/Vasina_Analiz.pdf">http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/13065/1/Vasina_Analiz.pdf</a>
3	Требования к выпускной квалификационной и курсовым работам на кафедре связей с общественностью: методические рекомендации/ под ред. проф. М.Е. Новичихиной и доц. Е.Е.Топильской. – Воронеж, 2013. – 40 с.

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

Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета.  
– ([http // www.lib.vsu.ru/](http://www.lib.vsu.ru/)).

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

*(при использовании лабораторного оборудования указывать полный перечень, при большом количестве оборудования можно вынести данный раздел в приложение к рабочей программе)*

Доска, проектор, экран, ПК

**19. Фонд оценочных средств:**

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

Код и содержание компетенции	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-5 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Знать основные принципы межличностной коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках	Раздел 5. Этика и этикет в публичной деятельности. Толерантность как этическое требование в публичной деятельности.	Тестирование
	Уметь налаживать эффективную коммуникацию для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Раздел 7. Этика и этикет в отношениях организации с целевыми аудиториями	Доклад
ОК-6 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать основные принципы работы в коллективе и иметь представление о толерантности как культурно-мировоззренческой установке	Раздел 2. Обобщённые трудовые функции профессиональной деятельности по связям с общественностью (основные специализации) Раздел 6. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью как фактор этической	Тестирование

		нормализации отрасли. Кодексы PR-деятельности и международные стандарты профессиональной этики.	
	Уметь работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Раздел 5. Этика и этикет в публичной деятельности. Толерантность как этическое требование в публичной деятельности.	Доклад
ОПК-1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Знать профессиональные функции специалиста в области рекламы и связей с общественностью	Раздел 1. Профессиональные стандарты в различных видах профессиональной деятельности. Общая характеристика профессиональной деятельности по связям с общественностью. Раздел 2. Обобщённые трудовые функции профессиональной деятельности по связям с общественностью (основные специализации). Раздел 3. Специализации профессиональной деятельности по связям с общественностью.	Контрольная работа
	Уметь осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Раздел 4. Необходимые профессиональные компетенции специалиста по связям с общественностью. Раздел 8. Недобросовестный PR и пути противодействия ему. Раздел 9. Кризисный и антикризисный PR как профилактика и противодействие неэтичным технологиям.	Доклад

ПК-6 способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать принципы создания эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации	Раздел 7. Этика и этикет в отношениях организации с целевыми аудиториями.	Тестирование
	Уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию	Раздел 5. Этика и этикет в публичной деятельности. Толерантность как этическое требование в публичной деятельности. Раздел 4. Необходимые профессиональные компетенции специалиста по связям с общественностью.	Доклад
<b>Текущая аттестация</b> <b>Промежуточная аттестация 1</b> <b>Зачёт</b>		Комплект КИМ	

## 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 имеет <u>целостные сформированные знания</u> основных принципов межличностной коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках; основных принципов работы в коллективе и представление о толерантности как культурно-мировоззренческой установке; профессиональных функций специалиста в области рекламы и связей с общественностью. При этом обучающийся <u>демонстрирует умение</u> налаживать эффективную коммуникацию для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
Обучающийся имеет <u>сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</u> основных принципов межличностной коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках; основных принципов работы в коллективе и представление о толерантности как культурно-мировоззренческой установке; профессиональных функций специалиста в области рекламы и СО. При этом обучающийся <u>демонстрирует успешное, но содержащее отдельные пробелы умение</u> налаживать эффективную коммуникацию для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические и иные	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>

различия; осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и СО в различных структурах.		
Обучающийся имеет <u>неполное представление об</u> основных принципах межличностной коммуникации в устной и письменной формах; основных принципах работы в коллективе и представление о толерантности как культурно-мировоззренческой установке; профессиональных функциях специалиста в области рекламы и СО. При этом обучающийся <u>демонстрирует в целом успешное, но не системное умение</u> налаживать эффективную коммуникацию для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические и иные различия; осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и СО в различных структурах.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки. Не имеет <u>представления об</u> основных принципах межличностной коммуникации в устной и письменной формах; основных принципах работы в коллективе и представление о толерантности как культурно-мировоззренческой установке; профессиональных функциях специалиста в области рекламы и СО. <u>Не способен продемонстрировать умение</u> налаживать эффективную коммуникацию для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические и иные различия; осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и СО в различных структурах.	–	<i>Неудовлетворительно</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:

Вопросы к зачету (2 семестр)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зачем разрабатываются и принимаются профессиональные стандарты?</li> <li>2. В чём заключается предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики, культуры, социального развития России и регионов?</li> <li>3. Каковы перспективы развития профессиональной деятельности по связям с общественностью?</li> <li>4. Назовите и кратко охарактеризуйте базовые функции профессиональной деятельности по связям с общественностью.</li> <li>5. Назовите и кратко охарактеризуйте необходимые профессиональные компетенции специалиста по связям с общественностью.</li> <li>6. Дайте краткую характеристику специализациям профессиональной деятельности по связям с общественностью (корпоративный PR и PR-агентства).</li> <li>7. Назовите цели и задачи PR-специалиста в общении со СМИ, органами государственной власти и местного самоуправления, партнерами, конкурентами, потребителями товаров и услуг.</li> <li>8. Как осуществляется профилактика интолерантности?</li> <li>9. Саморегулирование PR-сообщества.</li> <li>10. Цели и задачи, особенности деятельности международных и национальных профессиональных объединений специалистов в области связей с общественностью (PRSA, IPRA, CERP, ICCO, IABC, PRSSA, PRCA, PACO, AKOC).</li> <li>11. Кодексы в PR-деятельности (Афинский, Лиссабонский, IPRA, PACO и др.).</li> <li>12. Принципы выработки и соблюдения этических стандартов.</li> <li>13. Понятия «черный PR» и «неэтичные технологии».</li> <li>14. Механизмы «черного» PR и неэтичных технологии (провокации, слухи, компромат).</li> <li>15. Репутационные риски и уроны.</li> <li>16. Способы противодействия «черному» PR: дезорганизация атаки, метод вспышки, контратака, усиление «белого» PR.</li> <li>17. Кризис. Профилактика и реагирование.</li> <li>18. Цели и задачи кризисного PR.</li> <li>19. Цели и задачи антикризисного PR. Выработка версий.</li> </ol>

20. Заявление для СМИ, пресс-конференция, «круглый стол» как профилактические и антикризисные меры в публичной деятельности.
21. Чем профессиональная мораль отличается от традиционной морали?
22. Чем этика PR-деятельности отличается от корпоративной морали?
23. Какие этические теории приемлемы для принятия моральных решений в современном обществе?
24. Что такое «язык вражды», как это понятие связано с ограничением свободы слова?
25. Какова роль PR-специалиста в корпорации, чьи интересы он представляет?
26. Каковы обязательства PR специалиста перед средствами массовой информации?
27. Почему запрещаются некоторые приемы рекламной деятельности?
28. Какие разделы содержит кодекс РАСО?
29. Может ли PR-специалист публиковать информацию, скрывая свою связь с фирмой, на которую он работает.
30. Может ли PR-специалист работать сразу на двух работодателей?
31. Может ли PR-специалист скрывать информацию о грозящей обществу опасности, если ее публикация нанесет вред работодателю.
32. Что такое публичная мораль, возможны ли в публичной сфере решения на основе применения логики минимального зла?
33. Чем нормы традиционной морали не подходят для публичной сферы?

### 19.3.2 Перечень практических заданий

#### Темы докладов:

1. Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью: основные понятия и принципы
2. Необходимые профессиональные компетенции специалиста по связям с общественностью.
3. Цели и задачи, особенности деятельности международных и национальных профессиональных объединений специалистов в области связей с общественностью.
4. Толерантность и свобода слова: границы применения этих принципов в публичной коммуникации.
5. Цели и задачи PR-специалиста в общении со СМИ, органами государственной власти и местного самоуправления, партнерами, конкурентами, потребителями товаров и услуг.
6. Механизмы «черного» PR и неэтичных технологии.
7. Антикризисный PR: разбор кейса из российской или зарубежной практики.

#### Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент построил свое выступление в точном соответствии с заявленной темой, грамотно сформулировал основные тезисы доклада, подтвердил их достаточным количеством аргументов, проиллюстрировал отдельные тезисы с помощью презентационных материалов (видео, аудио, печатных и т.п.), сдал преподавателю в письменном виде резюме доклада;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент построил свое выступление в точном соответствии с заявленной темой, грамотно сформулировал основные тезисы доклада, подтвердил их достаточным количеством аргументов;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент построил свое выступление с незначительными отклонениями от заявленной темы, грамотно сформулировал основные тезисы доклада, привел аргументы в их защиту;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент значительно отклонился от заявленной темы во время выступления и/или не смог должным образом структурировать свой доклад, выделив в нем основные тезисы, и/или не привел аргументы в их защиту.

### 19.3.4 Тестовые задания

#### Вопросы теста:

1. Какой из перечисленных профессиональных кодексов не регулирует сферу связей с общественностью?
  - а) Афинский кодекс;
  - б) Пекинский кодекс;

- в) Лиссабонский кодекс;
- г) все регулируют.

2. Когда была принята Декларация профессиональных и этических принципов в области СО (декларация РАСО) в России?

- а) 1994 г.;
- б) 1998 г.;
- в) 2001 г.;
- г) 2004 г.

3. Может ли специалист по связям с общественностью представлять интересы конфликтующих или конкурирующих сторон?

- а) да, это его неотъемлемое право;
- б) нет, это противоречит этическим нормам;
- в) может, но только заручившись поддержкой всех сторон.

4. Что из перечисленного, в соответствии с Кодексом РАСО, является неэтичным по отношению к клиенту?

- а) использовать информацию о клиенте с целью получения финансовой или иной выгоды;
- б) гарантировать клиенту конкретный результат, если достижение такого не находится под прямым и непосредственным контролем консультанта или агентства;
- в) гарантировать достижение каких-либо количественных результатов;
- г) все перечисленное неэтично.

5. Исходя из общих профессиональных принципов, сформулированных в Кодексе РАСО, «*деятельность консультанта или агентства, предоставляющих услуги в области связей с общественностью, должна исходить из ...*». Вставьте недостающую формулировку.

- а) интересов клиента;
- б) общественного блага;
- в) интересов консультанта (агентства).

6. Чем профессиональная мораль отличается от корпоративной морали?

- а) объект профессиональной морали – шире;
- б) объект корпоративной морали – шире;
- в) это синонимы.

Ключ

1	2	3	4	5	6
б	а	в	а, б	б	а

#### Критерии оценки выполнения теста

Зачтено	Выполнение более 50% тестовых заданий
Незачтено	Выполнение менее 50% тестовых заданий

### 19.3.4 Перечень заданий для контрольных работ

Перечень задач:

**Задача 1.** В 2013 году медиа-холдинг IAC, владеющий популярным видео-хостингом Vimeo, сайтом Match.com и другими сервисами, вынес решение об увольнении своего PR-директора Джустины Сакко. Причиной стал неосторожный твит, который Сакко отправила, заходя на самолет: «Лечу в Африку. Надеюсь, не подхвачу там СПИД. Шутка! Я же белая». Какие этические нормы нарушены в данном твите? Считаете ли вы действия, совершённые руководством медиа-холдинга оправданными?

**Задача 2.** В политических кампаниях часто используются технологии, направленные на подрыв авторитета и имиджа оппонента. Среди них жесткая критика оппонента, в том числе

его личностных и профессиональных качеств, публикация в Сети телефонных разговоров оппонента, выпуск якобы от лица оппонента изданий, выставляющих его в неприглядном свете. Какие из перечисленных технологий допустимы, а какие недопустимы в публичной коммуникации? Обоснуйте свой ответ.

**Задача 3.** Несмотря на то, что некоторые исследователи видят эволюцию PR в постепенном переходе к двусторонней симметричной модели коммуникации, на практике в некоторых сферах общественной жизнедеятельности (шоу-бизнесе, политике и др.) до сих пор актуализируются более ранние модели (модель публицити, модель информирования). Приведите примеры актуализации таких моделей. На наш взгляд, изменятся ли принципы коммуникации в перечисленных сферах в обозримом будущем или всё останется по-прежнему?

**Критерии оценки результатов решения задач:**

- полнота и точность ответа,
- правильность использования категориального аппарата,
- использование научной терминологии,
- точность объяснений.

**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 аттестации.

Текущая аттестация проводится в формах тестирования; письменной работы (контрольной работы); выступления с докладом; оценки результатов практической деятельности (курсовая работа).

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

При оценивании используется следующая шкала:

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

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

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

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

При сдаче экзамена:

оценка «отлично» – 5 баллов,

оценка «хорошо» – 4 балла,

оценка «удовлетворительно» – 3 балла,

оценка «неудовлетворительно» – 2 балла.

При сдаче зачета:

«зачтено» – 3-5 баллов,

«не зачтено» – 2 балла.

**Приложение  
Примерный перечень оценочных средств**

№ п/п	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Критерии оценки
1	2	3	4

2	Письменная работа (контрольная работа)	Контрольная работа	<p><b>оценка «отлично»</b> выставляется студенту, если устная презентация выбранной темы отвечает следующим требованиям: 1) правильность, полнота и глубина; 2) логическая последовательность изложения материала в процессе презентации; 3) грамотное изложение материала на высоком научном уровне, высокая культура речи; 4) наличие полных и обоснованных выводов; 5) демонстрация собственной профессиональной позиции;</p> <p><b>оценка «хорошо»</b> выставляется студенту, если устная презентация выбранной темы не отвечает одному из изложенных требований;</p> <p><b>оценка «удовлетворительно»</b> выставляется студенту, если устная презентация выбранной темы не отвечает двум/трем изложенным требованиям;</p> <p><b>оценка «неудовлетворительно»</b> выставляется студенту, если устная презентация выбранной темы не отвечает четырем/пяти изложенным требованиям.</p>
3	КИМ промежуточной аттестации	Каждый контрольно-измерительный материал для проведения промежуточной аттестации включает два теоретических вопроса	Шкалы оценивания приведены в разделе 3