

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

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой  
связей с общественностью, рекламы и дизайна



Тулупов В.В.  
17.04.2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.20 Основы связей с общественностью**

*Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом*

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

56.05.05 Военная журналистика

**2. Направленность (профиль):** Военно-профессиональная деятельность

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

**4. Форма обучения:** очная

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

**6. Составитель программы:** Курганова Екатерина Борисовна, кандидат филологических наук, доцент

**7. Рекомендована:** Научно-методическим советом факультета журналистики (протокол 17.04.2025 г., протокол № 7)

**8. Учебный год:** 2028/2029

**Семестр(ы):** 7

**9. Цели и задачи учебной дисциплины:** сформировать комплекс представлений о связях с общественностью как о публичной стратегической коммуникационной

практике органов государственной власти, бизнес-структур, некоммерческих организаций, политических партий и т.п.

Рассмотреть основные понятия связей с общественностью, познакомить студентов с профессиональной терминологией, профессиональными организациями, коммуникационными агентствами, требованиями к специалисту по связям с общественностью, технологиями взаимодействия с внутренними и внешними целевыми аудиториями: клиентами, партнерами, электоратом, сотрудниками, органами государственной власти и т.п.

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

Учебная дисциплина «Основы связей с общественностью» относится к обязательной части рабочего учебного плана подготовки специалистов по специальности 56.05.05 Военная журналистика.

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

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ОПК-4	Способен создавать благоприятное информационное поле вокруг деятельности своей организации или персоны; изучать и влиять на общественное мнение и поведение посредством организации эффективных коммуникаций, установления и поддержания многостороннего взаимодействия со средствами массовой информации и обществом	ОПК-4.1	способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных	<b>Знать</b> основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов <b>Уметь</b> учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов <b>Владеть навыками</b> учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
		ОПК-4.2	осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникации	<b>Знать</b> свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы <b>Уметь</b> осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы <b>Владеть навыками</b> осуществлять свои

			онной системы	профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
--	--	--	---------------	---

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/часах в соответствии с учебным планом — 4 ЗЕТ /144 часа. Форма промежуточной аттестации – экзамен.**

### 13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		№ семестра	№ семестра	...
Аудиторные занятия				
в том числе:	лекции			
	практические			
	лабораторные			
Самостоятельная работа				
в том числе: курсовая работа (проект)				
Форма промежуточной аттестации (экзамен)				
Итого:				

#### 13.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
<b>Лекции</b>			
1.	Введение в PR	Множество толкований и переводов термина “публик рилейшнз”. Основные определения PR с точки зрения исследователей разных стран. Виды деятельности в PR. Уровни PR. Основные направления и сферы приложения знаний PR-специалиста. Журналистика, реклама, маркетинг, пропаганда и PR: общее и различное. PR и сопутствующие науки: имиджология, спичрайтинг, конфликтология, кинесика, проксемика, НЛП, паралингвистика, теория массовой культуры.	ЭУМК «Основы связей с общественностью» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763</a>
2.	PR: происхождение и развитие	Версии происхождения термина “публик рилейшнз”. Э. Берниз и А. Ли как основатели PR в США. Стадии развития PR в США. Стратегии использования PR в истории. Использование инструментов PR в экономике, политике, культуре, образовании, индустрии развлечений на протяжении веков.	ЭУМК «Основы связей с общественностью» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763</a>

3.	Профессионально-должностная специализация в PR	Основные профессии в PR. Введение должностей по СО в трудовой кодекс РФ. Профессиональные обязанности заместителя директора по СО, начальника отдела по СО, менеджера по СО, специалиста по СО. Основные требования, предъявляемые к специалистам данного профиля. Личные качества и профессиональная подготовка специалиста по PR.	ЭУМК «Основы связей с общественностью» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763</a>
4.	Медиарилейшнз как одно из основных направлений деятельности PR	Пресс-секретарь как профессия в СО. Из истории пресс-служб. Функции пресс-секретаря. Основные мероприятия и PR-тексты, подготавливаемые пресс-секретарем. Спичрайтинг в PR. Риторика как базовая наука спичрайтинга.	ЭУМК «Основы связей с общественностью» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763</a>
5.	Редактор корпоративного издания как профессия в PR	Истоки корпоративных изданий. Цель и задачи корпоративного издания. Классификация корпоративной прессы. Специфика корпоративных изданий. Конкретные примеры корпоративной прессы.	ЭУМК «Основы связей с общественностью» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763</a>
6.	Имиджмейкинг как одно из направлений деятельности PR	Понятие имиджа. Образ, имидж, репутация: общее и различное. Персональный имидж. Корпоративный имидж. Формирование имиджа в экономике, политике, культуре. Средства работы имиджмейкера.	ЭУМК «Основы связей с общественностью» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763</a>
7.	PR: управление кризисом	Управление проблемной ситуацией и управление кризисом. Классификация кризисов. Коммуникации в условиях кризиса. Рекомендации по успешному преодолению последствий кризиса. Спин-технологии в разрешении кризисных ситуаций. Ведение переговоров в ходе разрешения кризисной ситуации. Гарвардский проект по переговорам. Специфика ведения переговоров с террористами.	ЭУМК «Основы связей с общественностью» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763</a>
8.	Коммуникации в PR	Коммуникативный процесс. Кодирование и декодирование. Горизонтальные, вертикальные и диагональные коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации и их использование в PR.	ЭУМК «Основы связей с общественностью» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763</a>
9.	Этика и ответственность в PR	Этика и ценности. Общественная и финансовая ответственность компании. Группы общественности, перед которыми несет ответственность любая компания. Афинский кодекс. Кодекс ИПРА. Профессиональные ассоциации в области PR. Российская ассоциация PR. Кодекс РАСО.	ЭУМК «Основы связей с общественностью» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763</a>

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

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				Всего
		Лекции	Практические	Контроль	Самостоятельная работа	
1.	Введение в PR	2	2		4	8
2.	PR: происхождение и развитие	4	4		4	12

3.	Профессионально-должностная специализация в PR	4	4		4	12
4.	Медиарилейшнз как одно из основных направлений деятельности PR	4	4		6	14
5.	Редактор корпоративного издания как профессия в PR	4	4		6	14
6.	Имиджмейкинг как одно из направлений деятельности PR	4	4		6	14
7.	PR: управление кризисом	2	4		6	12
8.	Коммуникации в PR	4	4		4	12
9.	Этика и ответственность в PR	4	2		4	10
	Итого	32	32	36	44	108

#### **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 является важной составляющей в подготовке будущего журналиста. Самостоятельная работа должна быть системной и проходить в тесном контакте с преподавателем. Она предполагает максимальную заинтересованность студентов в усвоении дисциплины, их творческую инициативу, умение планировать личное время.

Систематизированные основы научных знаний по изучаемой дисциплине закладываются на лекционных занятиях, посещение которых обязательно для обучающихся. В ходе занятия они внимательно следят за ходом изложения материала, аккуратно ведут конспект. Конспектирование – одна из форм активной самостоятельной работы, требующая навыков и умений кратко, системно, последовательно и логично формулировать положения тем. Культура записи – важнейший фактор успешного и творческого овладения материалом по узловым вопросам изучаемой дисциплины. Неясные моменты выясняются в конце занятия в отведенное на вопросы время. Рекомендуется в кратчайшие сроки после объяснения преподавателя проработать материал, а конспект дополнить и откорректировать. Последующая работа над конспектом воспроизводит в памяти содержание теоретического материала, позволяет дополнить запись, выделить главное, творчески закрепить изученное в памяти.

Помимо конспектов при подготовке к практическим занятиям студенты должны обращаться к учебникам, учебным и методическим пособиям, указанным в пунктах 15 и 16. Для обеспечения полноценной самостоятельной работы студентов

преподавателями кафедры были разработаны следующие учебные пособия «Связи с общественностью: теория и практика», «Реклама и связи с общественностью: Теория и практика», «Задачник по PR».

На практических занятиях практикуются экспресс-опросы студентов, проведение мозговых штурмов при решении кейсов и задач по курсу. Основное внимание следует уделять выработке у студентов навыков при выполнении практических заданий 1) в рамках внеаудиторной дидактической формы организации самостоятельной работы (подготовка мультимедийных презентаций); 2) в рамках научно-исследовательской формы организации самостоятельной работы (решение задач с применением научных методов при достижении целей курсовой работы).

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

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Теория и практика рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / под ред. В. В. Тулупова ; Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2022. – 364 с.
2.	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.233-249.
3.	Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 488 с. – Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&amp;book_id=112200">http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&amp;book_id=112200</a>

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4.	Емельянов С. М. Связи с общественностью: Электронное учебное пособие : учебное пособие / С. М. Емельянов. — СПб: ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 162 с.
5.	Сайкин Е. А. Антикризисный PR : учебное пособие / Е. А. Сайкин. — Новосибирск : НГТУ, 2015. — 44 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Ресурсы Интернет
6.	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: <a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a>
7.	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: <a href="https://lib.vsu.ru/">https://lib.vsu.ru/</a>
8.	ЭУМК «Основы связей с общественностью» – Электронный университет ВГУ. — Режим доступа: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763</a>
9.	Независимый журнал о PR– Режим доступа: <a href="http://www.mediabitch.ru">http://www.mediabitch.ru</a>
10.	Сайт о творчестве – Режим доступа: <a href="http://www.adme.ru">http://www.adme.ru</a>
11.	Портал РАСО (российской ассоциации по связям с общественностью). – Режим доступа: <a href="https://raso.ru/">https://raso.ru/</a>
12.	Информационный портал по российскому рынку рекламы, маркетинга и PR. – Режим доступа: <a href="http://www.sostav.ru">http://www.sostav.ru</a>
13.	Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. – Режим доступа: <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a>
14.	Портал АКАР (Ассоциации коммуникационных агентств России). – Режим доступа:

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

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

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

При реализации программы применяется смешанное обучение – образовательный подход, совмещающий обучение с участием преподавателя (лицом к лицу) с онлайн-обучением и предполагающий элементы самостоятельного контроля учащимся времени, места и темпа обучения, а также интеграцию опыта обучения с преподавателем и онлайн. Данный подход реализуется с помощью ЭУМК «Основы связей с общественностью» <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2763>. В ходе занятий с участием преподавателя используются информационно-коммуникационные технологии (лекция-презентация, выступления, доклады), групповые технологии (например, при выполнении прикладного проекта в команде), игровые технологии (внедрение игрофицированных элементов в процесс обучения), кейс-технологии (ситуационные задачи и упражнения, анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), игровое проектирование) и другие. Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

*Аудитории для проведения занятий лекционного типа.* Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb), экран настенный с электроприводом CS 244\*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1.

*Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации.* Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; переносной ноутбук 15\*Packard Bell; ПК (intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55” Haier

*Аудитории для самостоятельной работы студентов.* Используются компьютерные классы:

**ауд. 115** (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244\*244; интерактивная доска Promethean; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

**ауд. 118** (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; ПК (Intel/16Gb/HDD 1Tb) (10 шт), Тв 55” Haier

**ауд. 126** (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb)(10 шт.); экран настенный CS 244\*244; интерактивная доска Promethean.

*Программное обеспечение:*

WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление), СПС «ГАРАНТ-Образование».

### 19. Фонд оценочных средств:

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

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Раздел 1. Введение в PR. Раздел 2. PR: происхождение и развитие. Раздел 3. Профессионально-должностная специализация в PR. Раздел 9. Этика и ответственность в PR.	ОПК-4 Способен создавать благоприятное информационное поле вокруг деятельности своей организации или персоны; изучать и влиять на общественное мнение и поведение посредством организации эффективных коммуникаций, установления и поддержания многостороннего взаимодействия со средствами массовой информации и обществом	ОПК-4.1 способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Тест/Контрольная работа
	Раздел 4. Медиарилейшнз как одно из основных направлений деятельности PR. Раздел 5. Редактор корпоративного издания как профессия в PR. Раздел 6. Имиджмейкинг как одно из направлений деятельности PR. Раздел 7. PR: управление кризисом. Раздел 8. Коммуникации в PR		ОПК-4.2 осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
Промежуточная аттестация форма контроля – экзамен				Перечень вопросов Практическое задание

### 20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

## 20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

### 20.1.1 Тестовые задания

**Примерные вопросы для тестирования  
по дисциплине  
Б1.О.20 ОСНОВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

#### 1. Выберите верные варианты для продолжения следующих фраз.

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

**Ответ: 1в 2а 3б**

#### 2. Организация каких мероприятий НЕ входит в круг обязанностей пресс-секретаря?

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

#### 3. Какая из перечисленных функций пресс-секретаря является вспомогательной?

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

#### 4. Задание: какие варианты позиционирования современного политического деятеля демонстрируют следующие фрагменты электоральных материалов американских политических деятелей:

- а) отрывок из электорального фильма Б. Клинтона «Человек из Надежды» («A man from Hope<sup>1</sup>»), в котором юному Биллу жал руку президент Кеннеди, а в высказываниях учителей и близких четко прослеживалась мысль: «Мы всегда знали: Билл далеко пойдет» (**ответ: позиционирование по принципу избранности**);
- б) фрагмент биографии Б. Обамы: «Барак – сирота. В 1982 году, когда Обаме был 21 год, его родной отец погиб в автомобильной аварии в Кении. Обама потерял и так неизвестного ему отца. Свои чувства он описал в книге «Мечты, унаследованные от отца», которая сразу стала бестселлером. Обама очень много говорит о семье – жене и двух дочерях. Он профессиональный семьянин со стажем, который любит делать уроки со своей старшей дочерью и играть с младшей. Летом 2008 г. вышла третья книга, которую Обама написал в соавторстве со своей женой и дочерьми» (**ответ: позиционирование через членов семьи**);
- в) факт биографии Д.Трампа: Дональд Трамп стал вторым в истории кандидатом на пост президента США от двух главных партий, кто был изначально известен как бизнесмен и не занимал никаких государственных постов. И первым таким кандидатом, выигравшим выборы (**ответ: позиционирование по принципу «быть самым первым»**).

<sup>1</sup> Норе (англ.) - надежда, название местечка, в котором родился будущий американский президент.

**5. Кто считается первым представителем профессии «пресс-секретарь»?**

- а) Эдвард Берниз;
- б) Сэм Блэк;
- в) Амос Кендалл;**
- г) Айви Ли.

**6. Определение места партии/кандидата в политическом пространстве и в сознание электората – это...**

- а) паблисити;
- б) позиционирование;**
- в) имиджмейкинг;
- г) мифотворчество.

**7. Взаимоотношения кандидата с оппонентами, сторонниками и нейтрально настроенной аудиторией в реальном и информационном измерении – это...**

- а) дух времени;
- б) дистанцирование;
- в) манипулирование;
- г) политический ландшафт.**

**8. PR-технология, представленная в виде техники написания текста публичного выступления – это...**

- а) имиджмейкинг;
- б) спичрайтинг;**
- в) редактирование корпоративного издания;
- г) менеджмент новостей.

**9. Выберите вариант, в котором перечислены ТОЛЬКО средства имиджмейкинга**

- а) визуализация, спичрайтинг, спиндокторинг;
- б) вербализация, дистанцирование, запаздывание негативной информации;
- в) мифотворчество, внедрение моделей восприятия, эмоционализация;**
- г) позиционирование, неоднозначное информирование, изоляция оппонента

**10. Паблисити – это:**

- а) представление в СМИ информации, которая является фактической, интересной и новостной;**
- б) вид рекламной акции;
- в) оплачиваемая форма размещения информации в СМИ;
- г) PR-кампания, направленная на формирование благоприятного общественного мнения.

**11. Организованная акция посещения журналистами какой-либо организации с целью ее изучения проводится в ходе:**

- а) пресс-конференции;
- б) пресс-тура;**
- в) брифинга;
- г) презентации.

**12. Брифинг – это:**

- а) специально подготовленная встреча с журналистами для краткого сообщения о деятельности руководства организации;**
- б) представление приглашенной аудитории нововведений, открытий, вновь созданной организации;
- в) встреча официальных лиц с журналистами, проводимая в форме “вопрос-ответ”.

13. Что подразумевает под собой мониторинг как одно из основных направлений деятельности пресс-секретаря?

- а) формирование стратегии организации с учетом ее общественных связей;
- б) анализ влияния политики организации на общественность;
- в) наблюдение, оценка материалов СМИ, прямо или косвенно касающихся деятельности организации;**
- г) планирование выступлений в СМИ.

14. Выберите вариант, в котором перечислены ТОЛЬКО пресс-мероприятия.

- а) пресс-конференция, брифинг, панельная дискуссия;
- б) презентация, круглый стол, фуршет;
- в) пресс-показ, пресс-тур, брифинг;**
- г) банкет, мастер-класс, пресс-конференция.

15. Какой PR-документ часто имеет форму папки формата А4?

- а) пресс-дайджест;
- б) годовой отчет;
- в) пресс-кит;**
- г) медиа-план.

16. Выберите событие, которое считается ранним примером публицити:

- а) создание концепции национального завтрака американца;
- б) PR-кампания «Рука помощи, протянутая через океан»;
- в) Бостонское чаепитие;**
- г) открытие первого супермаркета в Филадельфии.

17. Вставьте пропущенное слово в определение PR, сформулированное Р.Харлоу: "PR- одна из функций, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и ее общественностью":

- а) маркетинга;
- б) управления;**
- в) пропаганды;
- г) экономики.

18. К какому уровню в СО относится взаимодействие с инвесторами?

- а) к внутреннему уровню;
- б) к смежному уровню;
- в) к внешнему уровню.**

19. Выберите из предложенных профессию, представленную только на внешнем уровне СО

- а) пресс-секретарь;**
- б) редактор корпоративного издания;
- в) имиджмейкер;
- г) переговорщик.

20. Когда в России празднуется день специалиста по связям с общественностью?

- а) 28 июля;**
- б) 1 ноября;
- в) 23 октября;
- г) 11 января.

21. Организация каких мероприятий НЕ входит в круг обязанностей пресс-секретаря?

- а) пресс-конференции;

- б) брифинги;
- в) мероприятия сейлз промоушн;**
- г) заседания "круглых столов".

**22. Какая из перечисленных функций пресс-секретаря является вспомогательной?**

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

**23. Выберите верные варианты для продолжения следующих фраз.**

цель рекламы	а) формирование и поддержание позитивного имиджа персоны или организации
цель паблик рилейшнз	б) формирование общественного мнения посредством отражения фактов текущей действительности
цель журналистики	в) формирование спроса на товары или услуги организации

**Ответ: 1в 2а 3б**

**Кейс 1.** Генерал-майор прусской армии Карл фон Клаузевиц<sup>2</sup> в своей книге "1812 год" описывает, какие шаги предпринимались М. Кутузовым после знаменитого Бородинского сражения. Русский военачальник несмотря на "боевую ничью" в этом сражении<sup>3</sup> заявил о безоговорочной победе наших войск. В частности, в церквях и соборах прошли торжественные молебны, именно такие сведения появились в русских газетах, что и способствовало закреплению успеха русской армии в сознании масс. Здесь уместно вспомнить слова одного из американских военных деятелей Дж. Шарикошвили, сказанных по поводу войны в зоне Персидского залива 1991года<sup>4</sup>: "Мы не побеждаем, пока CNN не сказало, что мы побеждаем".

**Задание: проанализируйте данный пример с точки зрения менеджмента новостей. Какая спин-технология была с успехом заимствована из электоральной сферы М. Кутузовым?**

**Ответ: пост-спин (фиксация успеха).**

**Кейс 2.** Чтобы защитить "Бриллиантовую руку" от "надругательства" цензуры, Л. Гайдай придумал достаточно хитроумный ход. В конце фильма он "приклеил" документальную хронику ядерного взрыва. Приемная комиссия просто обомлела от такой "вольности". В общем, пока они уговаривали режиссера убрать этот вовсе не соответствующий идее фильма кадр, напрочь забыли о прежних придирках к другим эпизодам. Так остались "...руссо туристо, облик морале" и прочие "невинные" вещи.

<sup>2</sup> В мае 1812 Карл фон Клаузевиц перешёл на службу в русскую армию. Во время Отечественной войны 1812 года был квартирмейстером кавалерийского корпуса П.П. Палена, затем Ф.П. Уварова, с октября - П.Х. Витгенштейна.

<sup>3</sup> В Бородинском сражении французы потеряли до 50 тыс. чел., русские – свыше 44 тыс. чел. Наполеон не смог разгромить русскую армию и добился лишь частичного тактического успеха. В стратегическом плане оно явилось для него серьёзной неудачей. Частично реализовал свой план и Кутузов – противнику был нанесён тяжёлый урон. Но большие потери русской армии в Бородинском сражении заставили его в ночь на 27 августа отдать приказ на отступление. См. Подробнее Военная энциклопедия: электронная книга. - М.: ИД "Равновесие", 2006.

<sup>4</sup> Война в зоне Персидского залива – стратегическая операция вооружённых сил 34 государств – членов ООН против армии Ирака, проведенная 17 января - 6 марта 1991 г. с целью ее разгрома и освобождения Кувейта.

**Задание:** проанализируйте данный пример с точки зрения спин-технолога. Какой спин-прием мастерски использовал Л. Гайдай?

**Ответ:** торнадо-спин (переключение внимания аудитории).

**Кейс 3.** В 2018 г. китайские власти запустили платформу Piyao (что в переводе означает «опровержение сплетен»), с помощью которой можно пожаловаться на «онлайн-слухи». Кроме того, она будет распространять новости, взятые из государственных СМИ.

Платформа использует искусственный интеллект, который должен идентифицировать новости и сообщения как ложные. Piyao функционирует в виде сайта и мобильного приложения. Также у платформы есть аккаунты в популярных соцсетях и мессенджерах, например Weibo и WeChat.

Платформа была запущена Центральной комиссией по вопросам киберпространства совместно с государственным агентством «Синьхуа» и объединила около 40 похожих ресурсов.

Согласно китайским законам, подозреваемые в распространении слухов могут быть обвинены в диффамации. За это предусмотрено наказание вплоть до семи лет лишения свободы. Распространение сплетен в интернете, если пост посмотрели более 5 тыс. человек или если было сделано более 500 репостов, также может караться тюремным заключением. По официальным данным, только за первый месяц китайские власти получили 6,7 млн сообщений о нелегальном или не соответствующем действительности контенте в интернете, большинство из них поступало из соцсетей и мессенджеров.

**Задание:** обратившись к теме «Черный PR. Методы манипулятивного воздействия», определите, насколько эффективна такая мера борьбы со слухами.

**Ответ:** применены эффективные меры борьбы со слухами: дискредитация источника слуха и заполнение информационного поля достоверными данными.

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

## 20.1.2 Перечень заданий для контрольных работ

### Пример заданий для контрольных работ по дисциплине Б1.О.20 ОСНОВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

**Тема** Медиарилейшнз как одно из направлений PR

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

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

**Тема** Редактор корпоративного издания как профессия в PR

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

**Тема** Имиджмейкинг как одно из направлений деятельности PR.

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

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

**Тема PR: управление кризисом**

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

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

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

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

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

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
<p>Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области СО.</p> <p>Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области СО, но допускает при этом отдельные ошибки.</p> <p>Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, не умеет применять теоретические знания для решения практических задач в области СО.</p>	<p>Повышенный, базовый и пороговый уровни</p>	<p>Отлично Хорошо Удовлетворительно/Зачтено</p>

Обучающийся демонстрирует отрывочные знания теоретических основ дисциплины, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач в области СО.	–	Неудовлетворительно/ Незачтено
---	---	-----------------------------------

## 20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

### Собеседования по вопросам к экзамену

*(наименование оценочного средства промежуточной аттестации)*

#### 20.2.1 Перечень вопросов к экзамену

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

коммуникации, Гарвардский проект по переговорам).

20. Кризисник как профессия в СО: разработка антикризисного плана, правила поведения в случае возникновения кризиса (на примерах разрешения конкретных кризисных ситуаций).
21. Политический PR (схема позиционирования политика и политической партии).
22. «Черный PR». Использование «грязных» технологий в связях с общественностью.
23. Этика и ответственность в СО (виды ответственности перед различными группами общественности).
24. Профессиональные кодексы поведения PR-мена (основные положения Афинского кодекса, профессионального кодекса объединения AFREP и др.).

Также в ходе экзамена обучающийся решает практико-ориентированный кейс. Примерные варианты кейсов размещены в следующем источнике: Задачник по PR: практикум / А.А.Давтян, Р.В.Дыкин, Е.Ю.Красова, и др./ под ред. Щекиной И.А. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2020. - 146 с.

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

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

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

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

При оценивании используется следующая шкала:

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

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

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

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

При сдаче экзамена:

оценка «отлично» – 5 баллов,

оценка «хорошо» – 4 балла,

оценка «удовлетворительно» – 3 балла,

оценка «неудовлетворительно» – 2 балла.

При сдаче зачета:  
«зачтено» – 3-5 баллов,  
«не зачтено» – 2 балла.

Программа рекомендована протоколом НМС факультета журналистики №7 от 17.04.2025 г.