

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Дзержинский филиал ННГУ

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ
протокол от «31» мая 2023 г. № 6

Рабочая программа дисциплины

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки / специальность

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность образовательной программы

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ
УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ**

Форма обучения

ОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ

Год набора: 2022

Дзержинск
2023

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.14 Теория и практика связей с общественностью относится к обязательной части Блока 1 по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль: Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией.

Дисциплина предназначена для освоения.

- студентами очной формы обучения - во 2 и 3 семестре,
- студентами заочной формы – во 2 и 3 семестре.

Цель освоения дисциплины: освоение основного понятийного аппарата связей с общественностью, ознакомление с основными подходами к PR-деятельности, усвоение основных технологий, методов и инструментов деятельности по связям с общественностью в современной онлайн и офлайн-среде.

Задачи дисциплины:

- дать системное представление о связях с общественностью как виде профессиональной деятельности в коммерческой, политической, социальной сфере и взаимодействии с органами государственной власти;
- сформировать понимание принципов профессиональной этики;
- дать представление об этических кодексах, профессиональных организациях и объединениях, профессиональных конкурсах, профессиональных стандартах;
- ознакомить с основными зарубежными и отечественными теоретическими концепциями связей с общественностью;
- дать полное и системное представление о понятийном аппарате теории связей с общественностью;
- сформировать представление о принципах взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой информации,
- дать представление о типах современной коммуникационной продукции связей с общественностью в онлайн и офлайн средах;
- обучить базовым алгоритмам деятельности по связям с общественностью, аналитическим и технологическим процедурам, используемым в деятельности по связям с общественностью;
- продемонстрировать деятельность по связям с общественностью на примере анализа классических и современных кейсов.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или)	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и	<i>Уметь рационально организовывать план коммуникативных мероприятий с учетом имеющихся финансовых и кадровых ресурсов.</i>	Контрольные вопросы Тест

медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и инострannого языков, особенностями иных знаковых систем	(или) коммуникационных продуктов разных медиа сегментов и платформ	<i>Знать принципы и профессиональные стандарты современного коммуникативного менеджмента Владеть технологией управления информационными потоками в сложных иерархических системах (государства, партии, корпорации и т.п.)</i>	
	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и инострannого языков, особенностями иных знаковых систем	<i>Уметь налаживать долговременные конструктивные отношения с представителями активной части общественности Знать взаимосвязи между свойствами определенной группы общественности и оптимальными форматами публичной коммуникации с данной группой Владеть навыками выявления значимых социальных и психических характеристик целевых аудиторий для достижения эффективной коммуникации с ними.</i>	<i>Контрольные вопросы Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i>
<i>ОПК-4</i> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<i>Знать - правовые и этические основы регулирования PR- деятельности Уметь - вести деловые переговоры, выступать публично Владеть - навыками работы с внешними организациями</i>	<i>Контрольные вопросы Задания/задачи для оценки сформированности компетенции Реферат</i>
	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<i>Знать – систему взаимодействия связей с общественностью СМИ Уметь – формировать персональный имидж руководителя, корпоративный имидж организации Владеть - навыком управления кризисной ситуацией</i>	<i>Контрольные вопросы Задания/задачи для оценки сформированности компетенции Реферат</i>

<p>ПКО-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия</p>	<p>ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p>	<p>Знать обязанности линейного менеджера отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; Уметь выполнять в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; обязанности линейного менеджера отдела по рекламе и (или) связям с общественностью; Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p>	<p><i>Контрольные вопросы</i> <i>Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i> <i>Реферат</i></p>
	<p>ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p>	<p>Знать основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p>	<p><i>Контрольные вопросы</i> <i>Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i> <i>Реферат</i></p>
	<p>ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>Знать основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами; - теоретические аспекты формирования внешней и</p>	<p><i>Контрольные вопросы</i> <i>Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i> <i>Реферат</i></p>

		<p>внутренней коммуникации организации;</p> <p>Уметь применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</p> <p>- использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации;</p> <p>Владеть практической деятельностью, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами;</p> <p>- непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>	
--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ		6 ЗЕТ
Часов по учебному плану	216		216
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):	81		23
- занятия лекционного типа	28		10
- занятия семинарского типа	50		10
- КСРИФ	3		3
самостоятельная работа	99		180
Промежуточная аттестация – Зачет, экзамен	36		13

--	--	--	--

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы														
				из них														
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Всего	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная		
Очная					Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная
Тема 1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина	17	0	20	3		1	5		1				8	0	2	9		18
Тема 2. Правовые и этические основы регулирования PR-деятельности	17	0	20	2		1	5		1				7	0	2	10		18
Тема 3. Генезис становления и развития связей с общественностью	18	0	20	3		1	5		1				8	0	2	10		18
Тема 4. Связи с общественностью и СМИ: система взаимодействия.	18	0	20	3		1	5		1				8	0	2	10		18
Тема 5. Технологии связей с общественностью	18	0	20	3		1	5		1				8	0	2	10		18
Тема 6. Формирование персонального имиджа руководителя. Корпоративный имидж организации	17	0	20	2		1	5		1				7	0	2	10		18
Тема 7. Бренд и брендинг в связях с	18	0	20	3		1	5		1				8	0	2	10		18

общественностью.																	
Тема 8. Спичрайтинг и копирайтинг. Техника публичного выступления	18	0	20	3		1	5		1				8	0	2	1 0	18
Тема 9. Управление кризисной ситуацией. Роль PR в преодолении кризисной ситуации	18	0	20	3		1	5		1				8	0	2	1 0	18
Тема 10. Современные технологии связей с общественностью	18	0	20	3		1	5		1				8	0	2	1 0	18
Контроль самостоятельной работы	3		3										3		3		
Промежуточная аттестация – зачет во 2 семестре, экзамен в 3 семестре.	36		13														
Итого	216	0	216	28	0	10	50	0	10	0	0	0	81	0	23	9 9	0 180

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа является важнейшим элементом в системе обучения студента, поскольку способствует самоорганизации, развитию навыка управления временем и самостоятельного решения задач. Основными формами самостоятельной работы студентов являются: подготовка к семинарским занятиям, составление конспекта, подготовка к выступлению на семинаре, подготовка доклада, написание контрольной работы (эссе), подготовка к тестированию, подготовка к ролевой игре.

Подготовка к семинарским занятиям. Данный тип самостоятельной работы предполагает освоение той литературы, которая указана в планах семинарских занятий. Освоение литературы происходит согласно сформулированным к семинарским занятиям вопросам, которые являются своего рода ориентирами при отборе из прочитанного главного.

Составление конспекта. Конспект представляет собой сжатое изложение основных идей, изложенных в учебной литературе. Задачей, стоящей перед студентом при написании

конспекта, является формулирование собственных идей на основе прочитанного. Цитирование уместно лишь тогда, когда нужно привести слова автора, например, когда дается определение, приводятся цифры или факты, предлагается аргументация положений. Объем конспекта – 6-7 страниц. Обязательны поля. Ключевые слова желательно подчеркивать маркером. Таким образом должен быть подготовлен каждый вопрос семинарского занятия.

Подготовка к выступлению на семинаре. Выступление должно быть по существу затронутых вопросов. При этом важно ссылаться на источники и литературу, из которых заимствовался материал. Желательно прокомментировать заимствованное из прочитанной литературы, раскрыть его сильные стороны. Ответ должен быть емким и не превышать пяти минут. В заключении важно обобщить сказанное, используя речевые клише.

Подготовка доклада. Выступление с докладом на семинаре – одна из форм, давно и успешно апробированных преподавательской практикой. Она позволяет одновременно решить целый комплекс задач: прежде всего она позволяет студенту основательно изучить интересующий его вопрос; затем предоставляет возможность изложить материал в компактном и доступном виде; далее – привести в текст полемическую заостренность; наконец, приобрести начальные навыки презентации.

Доклад должен быть рассчитан на 10 минут выступления. Он должен содержать в себе три основные части: *вступление, основная часть, заключение*. Во вступлении необходимо обосновать важность и актуальность рассматриваемого вопроса. При этом нужно не забыть об ярких, запоминающихся примерах, фактах, цифрах, которые помогут заинтересовать публику, привлечь внимание слушателей. В основной части следует раскрыть тему доклада. Важным является сопровождение рассматриваемых положений своими комментариями. В заключении следует сделать краткие выводы.

Подготовка презентации. Доклад обучающегося может сопровождаться презентацией. Для подготовки презентации студенту необходимо выделить наиболее важные моменты сообщения и выстроить их в логической последовательности. Технически для подготовки презентации рекомендуется использовать программу Power Point. Особое внимание следует уделить принципам подготовки презентации: информационной наполненности слайдов, цветовому сопровождению материала и т.д. не стоит забывать о принципах публичного выступления и коммуникативных приемах.

Написание контрольной работы (эссе). Эссе – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Требования к оформлению работы. Общий объем самостоятельной работы – до 6 страниц рукописного текста. В правом верхнем углу листа следует указать свою фамилию, номер группы, дату написания работы. Далее в центре листа написать тему эссе.

Подготовка к тестированию. При подготовке к тестированию необходимо обратить внимание на термины, понятия, имена выдающихся мыслителей.

Тест предполагает проверку знаний, полученных в ходе изучения конкретной темы. Для подготовки к нему целесообразно перечитать конспекты лекций и семинарских занятий, освоить всю информацию, включенную в учебно-методические пособия и учебники по конкретной теме. Время на подготовку к тесту – 2-4 часа.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Теория и практика связей с общественностью», созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru>.

Учебно-методические документы, регламентирующие самостоятельную работу

1. Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при реализации образовательных программ высшего образования в ННГУ (Приказ от 29.12.2017 №630-ОД);

2. Положение о фонде оценочных средств, (Приказ от 10.06.2015 №247-ОД);

3. Положение об электронной информационно-образовательной среде ННГУ (Приказ от 20.11.2019 №601-ОД);

4. Положение о порядке организации и освоения факультативных и элективных дисциплин (модулей) в ННГУ (Приказ от 19.09.2017 № 427-ОД);

5. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов: учебно-метод. пособие/Е.И. Яковлева, А.В. Крымов, П.Ю. Иванов, Ю.В. Родионова, Е.В. Себина. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2018. – 62 с.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несуществен	Продемонстрированы все основные умения., Решены все основные задачи. Выполнены все задания,

	обучающего от ответа	грубые ошибки.	Выполнены все задания но не в полном объеме.	Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	полном объеме, но некоторые с недочетами.	ным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающего от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»

не зачтено		
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы к зачету

<i>Вопрос</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
1. Понятие связей с общественностью (PR).	ОПК-1
2. История возникновения и развития PR в XX веке.	ОПК-1
3. Социальные и политические функции связей с общественностью.	ОПК-1
4. Коммуникативные основы PR.	ОПК-1, ПКО-1
5. Социально-психологические основы PR.	ОПК-1
6. Связи с общественностью в системе коммуникативного менеджмента.	ОПК-1
7. Модели связей с общественностью и особенности их практического применения.	ОПК-1
8. PR-кампания и её этапы.	ОПК-1, ОПК-4, ПКО-1.
9. Применение SWOT-анализа в связях с общественностью.	ОПК-1
10. Моделирование общественности. Целевые группы.	ОПК-1
11. Средства массовой коммуникации и их применение в PR-деятельности.	ОПК-1
12. Виды информационных материалов: пресс-релиз, пресс-кит, презентация.	ОПК-1, ОПК-4, ПКО-1.

Вопросы к экзамену

<i>Вопросы</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
2. Понятие связей с общественностью (PR).	ОПК-1
2. История возникновения и развития PR в XX веке.	ОПК-1
3. Социальные и политические функции связей с общественностью.	ОПК-1
4. Коммуникативные основы PR.	ОПК-1, ПКО-1.
5. Социально-психологические основы PR.	ОПК-1
6. Связи с общественностью в системе коммуникативного менеджмента.	ОПК-1
7. Модели связей с общественностью и особенности их практического применения.	ОПК-1
8. PR-кампания и её этапы.	ОПК-1, ОПК-4, ПКО-1.
9. Применение SWOT-анализа в связях с общественностью.	ОПК-1
10. Моделирование общественности. Целевые группы.	ОПК-1
11. Средства массовой коммуникации и их применение в PR-деятельности.	ОПК-1
12. Виды информационных материалов: пресс-релиз, пресс-кит, презентация.	ОПК-1, ОПК-4, ПКО-1.

13. Виды публичных мероприятий и их особенности.	ОПК-1, ПКО-1.
14. Принципы организации пресс-конференции.	ОПК-1, ПКО-1.
15. Механизмы управления общественным мнением.	ОПК-4, ПКО-1.
16. Механизмы управления публичным имиджем.	ОПК-4, ПКО-1.
17. Специфика media relations в органах власти.	ОПК-4
18. Особенности коммуникаций органов власти с общественными и религиозными объединениями.	ОПК-4
19. Российское законодательство о PR-деятельности	ОПК-4
20. Место и роль PR-технологий во взаимоотношениях органов власти и политических объединений.	ОПК-4
21. Публичные массовые мероприятия как элемент PR-деятельности органов власти и политических объединений.	ОПК-4, ПКО-1.
22. Связи с общественностью в избирательном процессе.	ОПК-4
23. Государственная информационная политика: понятие, функции, реализация в России	ОПК-1, ОПК-4
24. Понятие и роль публичного имиджа.	ОПК-4
25. Базовые технологии формирования публичного имиджа.	ОПК-4, ПКО-1.
26. Особенности применения связей с общественностью в гражданских кампаниях.	ОПК-4
27. Government relations: принципы лоббистской деятельности.	ОПК-4
28. Антикризисный PR	ОПК-1, ОПК-4

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ОПК-1

1. Аналогом «паблик рилейшнз» является словосочетание:

- а) общественное признание;
- б) общественное мнение;
- в) общественные отношения;
- г) общественный резонанс;
- д) общественное значение

2. Понятие «паблисити» означает:

- а) форму распространения информации;
- б) поддержку интересов через коммерческие фирмы, политические партии, влиятельные личности и т.д.;
- в) план антикризисных мероприятий;
- г) популяризацию, создание известности лицу, организации, и/или её продукту/услуге, а также результат усилий по созданию известности.
- д) нет верного ответа

3. Термин «паблик рилейшнз» впервые употребил:

- а) Джон Рокфеллер;
- б) Айви Ли;²⁹
- в) Томас Джефферсон;
- г) Амос Кендалл;
- д) Эдвард Л. Бернейз

4. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) создана:

- а) в 1977 г.;
- б) в 1991 г.;
- в) в 1999 г.;
- г) в 2003 г.;
- д) нет верного ответа

5. Национальная премия в области развития связей с общественностью «Серебряный лучник» учреждена:

- а) в 1974 г.;
- б) в 1983 г.;
- в) в 1997 г.;
- г) в 2001 г.;
- д) нет верного ответа

6. PR является функцией:

- а) маркетинга;
- б) менеджмента;
- в) аудита;
- г) стандартизации;
- д) нет верного ответа

7. Человек, деятельность которого предполагает намеренную или ненамеренную публичность и вызывает устойчивый интерес СМИ (в силу своего положения, должности, статуса; либо благодаря своим личным качествам) называется:

- а) ньюсмейкер;
- б) имиджмейкер;
- в) спиндоктор;
- г) копирайтер;
- д) нет верного ответа.

8. Какие из перечисленных подходов применяются в определениях «паблик рилейшнз»:

- а) альтруистический;
- б) оптимистический;
- в) компромиссный;
- г) прагматический;
- д) пессимистический

9. Отличительными чертами «паблик рилейшнз» являются:

- а) зависимость от конкретного СМИ;
- б) широкий охват аудитории;
- в) достоверность информации;
- г) ориентированность на долгосрочную перспективу;
- д) ориентированность на реализацию товаров/услуг.

10. Согласно формуле RACE, PR-деятельность включает:

- а) исследование: анализ и постановку задач;
- б) действие: разработку программы и сметы;
- в) коммуникацию: осуществление программы информационно-коммуникативными средствами;
- г) оценку: определение результатов и внесение корректив в программу
- д) спонсоринг: подбор или организацию события с учетом интересов спонсора;

11. К наиболее распространенным подходам к определению целевых групп общественности относятся:

- а) демографический;
- б) социологический;
- в) географический;
- г) с учетом статуса;
- д) с учетом скрытой власти

12. Целевыми аудиториями PR-воздействия являются:

- а) органы государственного управления;
- б) представители СМИ;
- в) действительные и потенциальные потребители;
- г) сотрудники фирмы;
- д) нет верного ответа

13. «Правила Тайленола» в кризисной ситуации предполагают осуществление следующих действий:

- а) сделать главу компании доступным для прессы;
- б) публично попросить прощения;
- в) не изымать продукт из обращения и доказывать свою правоту;
- г) отозвать продукт;
- д) замалчивать кризис до полного прояснения ситуации

14. К компонентам фирменного стиля относятся:

- а) логотип
- б) фирменные цвета
- в) фотографии руководства
- г) фирменный шрифт
- д) нет верного ответа

15. Формами подачи информационно-новостных материалов являются:

- а) пресс-конференция;
- б) презентация;
- в) типология общественности;
- г) пресс-тур;
- д) контент-анализ

5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ОПК -1 и ПКО-1.

Вводные данные:

Место действия: моногород в Европейской части РФ с населением около 30 тыс. человек; большинство трудоспособных жителей занято на текстильной фабрике (градообразующее предприятие) и в муниципальных учреждениях (больницы, дет. сады, школы, ДК); демографическая ситуация – неблагоприятная (отток молодежи в областной центр); стабильно высокий уровень правонарушений; в розничной торговле и общепите высока доля предпринимателей из азербайджанской и армянской диаспор; жилищно-коммунальная инфраструктура требует существенной модернизации; вопрос о приватизированной собственности в городе урегулирован – 15% текстильной фабрики находится в муниципальной собственности, 85% - у нескольких крупных частных акционеров; отношения между

региональной и местной властью выстроены в общем взаимовыгодные (лояльность городских властей в обмен на дотации из областного бюджета).

Ситуация: Несмотря на отлаженность взаимодействия мэра, занимающего свой пост уже 8 лет, и главы региона, в окружении последнего высказываются опасения по поводу растущего недовольства населения из-за отсутствия каких-либо улучшений в жизни города, что связывается с фактическим бездействием городских властей. В этих условиях возникает запрос на новых лиц, готовых идти во власть. Губернатор готов поддержать любого кандидата, который недвусмысленно даст понять о своей лояльности к нему и в то же время продемонстрирует свою привлекательность для основной части городского электората.

Задание:

Есть несколько возможных кандидатур, способных заменить действующего мэра на его посту. Они обладают различными личностными и социальными характеристиками. В отношении каждого из них следует решить несколько задач

1. Выявите ключевые целевые аудитории – объекты предвыборной кампании кандидата («свой» электорат).
2. Разработайте базовую имиджевую модель с учетом особенностей вашего кандидата и его потенциальных избирателей.
3. Предложите программу мероприятий по внедрению разработанного имиджа кандидата в сознание избирателей.
4. Выявите потенциальные угрозы имиджу (слабые стороны кандидата, на которых могут «сыграть» конкуренты) и предложите меры по их нейтрализации.

Кандидат №1. Мужчина, русский, 43 года; действующий председатель городского Совета депутатов; ранее работал начальником департамента ТЭК в обл. администрации; высшее образование; руководитель первичной ячейки партии «Единая Россия»; женат, двое детей.

Кандидат №2. Мужчина, русско-армянского происхождения, 47 лет; родился и вырос в указанном городе, учился в Москве (высшее образование); директор городского вещевого рынка; имеет авторитет в армянской диаспоре, связи с корпусом городских депутатов и в гор. администрации; в торговом бизнесе – почти 25 лет; в давнем прошлом имел некоторые проблемы с законом (считался членом местной армянской ОПГ); женат, 3 детей; занимается благотворительностью.

Кандидат №3. Женщина, русская, 39 лет; в прошлом – заместитель исполнительного директора текстильной фабрики; в настоящее время – директор одной из самых крупных компаний в сфере управления ЖКХ (обслуживает дома в центре города и в «спальных» районах рядом с промзоной); возглавляет НКО «Городской родительский комитет»; образование – высшее (заочно); замужем, 2 детей.

Кандидат №4. Мужчина, русский, 35 лет; директор единственного в городе колледжа (подготовка по инженерным и экономическим специальностям); учился в областном университете, после – срочная и контрактная служба в армии (10 лет), офицер запаса; женат, второй брак, детей не имеет; принимает активное участие в общественных мероприятиях по благоустройству городской среды; сотрудничает с областным центром патриотического воспитания (курирует его деятельность в городе).

Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ОПК -4 и ПКО-1.

Задание1: разработка проекта PR-мероприятия

Темы:

1. Первичное позиционирование кандидата на выборную государственную должность.
2. Формирование благоприятного общественного мнения в отношении государственного решения.
3. PR-сопровождение работы должностного лица по решению социальных проблем
4. Информационная поддержка рекламной кампании.
5. Организация работы с электоратом в контексте избирательной кампании (уровень местного самоуправления или субъекта Федерации).

План выполнения задания:

Этап 1. Исследование ситуации.

- 1) Анализ свойств актора и состояния внешней среды (SWOT-анализ; элементы PEST-анализа и др.).
- 2) Моделирование общественности:
 - а) определение целевых групп; выявление значимых параметров → обобщенная характеристика;
 - б) определение групп / структур, влияющих на условия деятельности актора; обобщенная характеристика;
 - в) определение групп – антагонистов актора; обобщенная характеристика.
- 3) Формулировка задач

Этап 2. Планирование коммуникаций.

- 1) Общая концепция PR-проекта
- 2) Тактика и технологии

Этап 3. Контроль результата.

- 1) Разработка индикаторов для оценки результата.
- 2) Выбор валидных методов и анализ полученных данных

5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов

Темы рефератов

- 1.История возникновения и развития связей с общественностью в западных странах. 2.История возникновения и развития связей с общественностью в современной России.
- 3.Лоббистская деятельность как основной вид связей с общественностью.
- 4.Медиапланирование как основная форма деятельности в связях с общественностью.
- 5.Имиджмейкинг как основная форма деятельности в связях с общественностью.
- 6.Спичрайтинг как основная форма деятельности в связях с общественностью.
- 7.Связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления (на конкретном примере).
- 8.Основные методы интернет-PR.
- 9.Благотворительность как социальная PR-технология.
- 10.Организация и проведение культурно-массового мероприятия как социальная PR-технология.
- 11.Фандрайзинг как технология и направление деятельности в связях с общественностью.
- 12.Основные формы осуществления публичности средствами PR.
- 13.Спонсорство как инструмент формирования общественного мнения.
- 14.Корпоративный праздник как технология внутреннего PR.
- 15.Выставочно-ярмарочная деятельность как направление PR-деятельности.
- 16.Основные критерии эффективности в PR-деятельности.
- 17.Правовые основы связей с общественностью.
- 18.Авторские и смежные права в PR-деятельности.
- 19.Профессиональные этические кодексы PR.
- 20.Организация и проведение PR-кампаний.
- 21.PR-агентство: структура, цели и задачи. Служба по связям с общественностью в организации. Критерии выбора.
- 22.Оценка эффективности PR-кампании.
- 23.Место и роль рекламы в PR-деятельности.
- 24.Правила проведения деловых переговоров в PR-деятельности

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477312>
2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477307>
3. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями: учебное пособие / под ред. Л.С. Сальниковой; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. - Москва; Берлин: ДиректМедиа, 2017. — 445 с. : ил., табл. - Библиогр. В кн. — ISBN 978-5-4475-9406-0; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378>

б) дополнительная литература:

- 1 Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093675>
2. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие / под редакцией В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 224 с. — ISBN 978-5-7567-0896-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169641>
3. Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 126 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14076-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467752>
4. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474171>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

1. Центральный официальный портал Российской Федерации – сайт «Официальная Россия», размещенный по адресу <http://gov.ru>.
2. Министерство образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mon.gov.ru/>;
3. Научная педагогическая библиотека им. К.Д. Ушинского [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.gnpbu.ru](http://www.gnpbu.ru;);
4. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rsl.ru>;
5. www.evartist.ru – электронная библиотека факультета журналистики МГУ им.

М.В. Ломоносова;

6. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru>; <http://koob.ru>;
<http://ihtik.lib.ru>; <http://elibrary.ru>;

7. Федеральный портал «Российское образование» www.edu.ru;

8. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru>;

9. Библиотека Гумер (гуманитарные науки) <http://www.gumer.info/>;

10. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/for-individuals/>;

11. НЭБ «Киберленинка» <http://cyberleninka.ru/>;

12. Справочно-информационный портал www.gramota.ru;

13. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ)
<http://elibrary.rsl.ru/>;

14. Электронная библиотека учебников <http://studentam.net/>;

15. http://www.erudition.ru/referat/printref/id.25504_1.html (Российская Электронная Библиотека «Эрудит»)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: ученические столы и стулья, мелованная доска, набор учебно-наглядных пособий, рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду

Специальные условия организации обучения по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация обучения по дисциплине инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья при наличии таких обучающихся путем создания специальных условий для получения образования.

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии).

В соответствии с Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утв. Минобрнауки РФ 08.04.2014 АК-44/05вн при изучении дисциплины предполагается использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При освоении дисциплины используются различные сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности обучающихся для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций. Форма проведения промежуточной аттестации для обучающихся-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей. По личной просьбе обучающегося с ограниченными возможностями здоровья, изложенной в форме письменного заявления, по дисциплине предусматриваются:

- замена устного ответа на письменный ответ при сдаче зачета или экзамена;
- увеличение продолжительности времени на подготовку к ответу на зачете или экзамене;

- при подведении результатов промежуточной аттестации студентов выставляется максимальное количество баллов за посещаемость аудиторных занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Автор (ы): кандидат наук по истории и теории культуры, доцент Е.В. Рыжакова

Программа одобрена Методической комиссией Дзержинского филиала ННГУ от 31.05.2023 года, протокол № 13.