

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 № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Теория и практика связей с общественностью

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
заочная

г. Дзержинск

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.14 Теория и практика связей с общественностью относится к обязательной части образовательной программы.

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	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1: Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. 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 иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК-1.1: Уметь рационально организовывать план коммуникативных мероприятий с учетом имеющихся финансовых и кадровых ресурсов. Знать принципы и профессиональные стандарты современного коммуникативного менеджмента Владеть технологией управления информационными потоками в сложных иерархических системах (государства, партии, корпорации и т.п.) ОПК-1.2: 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	Тест	Экзамен: Контрольные вопросы Зачёт: Контрольные вопросы

		Владеть навыками выявления значимых социальных и психических характеристик целевых аудиторий для достижения эффективной коммуникации с ними.		
ОПК-4: 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 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	ОПК-4.1: Знать - потребности общества и отдельных аудиторных групп Уметь - вести деловые переговоры, выступать публично Владеть - навыками работы с внешними организациями ОПК-4.2: Знать – инструменты поиска информации Уметь – формировать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью Владеть - навыком управления кризисной ситуацией	Разноуровневые задания	Экзамен: Контрольные вопросы Зачёт: Контрольные вопросы
ПК-1: Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	ПК-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 ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию	ПК-1.1: 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	Разноуровневые задания	Экзамен: Контрольные вопросы Зачёт: Контрольные вопросы

	<p>корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>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>ПК-1.2: 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>ПК-1.3: 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 внутренней коммуникации организации; Уметь применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-</p>		
--	--	--	--	--

		<p>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 деятельности, 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

	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	5
Часов по учебному плану	180
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	10
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	10
- КСР	3
самостоятельная работа	144
Промежуточная аттестация	13 Экзамен, Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование 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 (практические	Всего	

			занятия/лабораторные работы), часы		
	ЗФО	ЗФО	ЗФО	ЗФО	ЗФО
Тема 1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина	47	3	4	7	40
Тема 2. Правовые и этические основы регулирования PR-деятельности	45	3	2	5	40
Тема 3. Генезис становления и развития связей с общественностью	45	3	2	5	40
Тема 4. Связи с общественностью и СМИ: система взаимодействия.	27	1	2	3	24
Тема 5. Культурно-критические теории медиа	0	2	2	0	40
Тема 6. Интерпретативные теории медиа	0	2	2	0	40
Тема 7. Теории информационного общества и глобализации.	0	2	1	0	40
Тема 8. Специальные теории медиа	0	0	1	0	48
Аттестация	13				
КСР	3			3	
Итого	180	10	10	23	144

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина
Тема 2. Правовые и этические основы регулирования PR-деятельности
Тема 3. Генезис становления и развития связей с общественностью
Тема 4. Связи с общественностью и СМИ: система взаимодействия.
Тема 5. Технологии связей с общественностью
Тема 6. Формирование персонального имиджа руководителя. Корпоративный имидж организации
Тема 7. Бренд и брендинг в связях с общественностью.
Тема 8. Спичрайтинг и копирайтинг. Техника публичного выступления
Тема 9. Управление кризисной ситуацией. Роль PR в преодолении кризисной ситуации
Тема 10. Современные технологии связей с общественностью
Контроль самостоятельной работы

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:
Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Теория и практика медиакommunikаций, .

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Тест) 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 долговременную 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

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
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»
не зачтено	Неудовлетворитель- но Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Плохо

Оценка	Критерии оценивания
	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Разноуровневые задания) для оценки сформированности компетенции ПК-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).

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Разноуровневые задания) для оценки сформированности компетенции ОПК-4:

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).

Критерии оценивания (оценочное средство - Разноуровневые задания)

Оценка	Критерии оценивания
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»
не зачтено	Неудовлетворительно Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Плохо Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
Знания	Отсутствие	Уровень	Минимальн	Уровень	Уровень	Уровень	Уровень

	знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	о допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося 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 оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «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»

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

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-1

1. Понятие связей с общественностью (PR).
2. История возникновения и развития PR в XX веке.
3. Социальные и политические функции связей с общественностью.
4. Коммуникативные основы PR.
5. Социально-психологические основы PR.
6. Связи с общественностью в системе коммуникативного менеджмента.
7. Модели связей с общественностью и особенности их практического применения.
8. PR-кампания и её этапы.
9. Применение SWOT-анализа в связях с общественностью.
10. Моделирование общественности. Целевые группы.
11. Средства массовой коммуникации и их применение в PR-деятельности.
12. Виды информационных материалов: пресс-релиз, пресс-kit, презентация.
13. Виды публичных мероприятий и их особенности.
14. Принципы организации пресс-конференции.
15. Механизмы управления общественным мнением.
16. Механизмы управления публичным имиджем.
17. Специфика media relations в органах власти.
18. Особенности коммуникаций органов власти с общественными и религиозными объединениями.
19. Российское законодательство о PR-деятельности
20. Место и роль PR-технологий во взаимоотношениях органов власти и политических объединений.
21. Публичные массовые мероприятия как элемент PR-деятельности органов власти и политических объединений.
22. Связи с общественностью в избирательном процессе.

- 23. Государственная информационная политика: понятие, функции, реализация в России
- 24. Понятие и роль публичного имиджа.
- 25. Базовые технологии формирования публичного имиджа.
- 26. Особенности применения связей с общественностью в гражданских кампаниях.
- 27. Government relations: принципы лоббистской деятельности.
- 28. Антикризисный PR

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-1

- 1. Понятие связей с общественностью (PR).
- 2. История возникновения и развития PR в XX веке.
- 3. Социальные и политические функции связей с общественностью.
- 4. Коммуникативные основы PR.
- 5. Социально-психологические основы PR.
- 6. Связи с общественностью в системе коммуникативного менеджмента.
- 7. Модели связей с общественностью и особенности их практического применения.
- 8. PR-кампания и её этапы.
- 9. Применение SWOT-анализа в связях с общественностью.
- 10. Моделирование общественности. Целевые группы.
- 11. Средства массовой коммуникации и их применение в PR-деятельности.
- 12. Виды информационных материалов: пресс-релиз, пресс-kit, презентация.
- 13. Виды публичных мероприятий и их особенности.
- 14. Принципы организации пресс-конференции.
- 15. Механизмы управления общественным мнением.
- 16. Механизмы управления публичным имиджем.
- 17. Специфика media relations в органах власти.
- 18. Особенности коммуникаций органов власти с общественными и религиозными объединениями.
- 19. Российское законодательство о PR-деятельности
- 20. Место и роль PR-технологий во взаимоотношениях органов власти и политических объединений.
- 21. Публичные массовые мероприятия как элемент PR-деятельности органов власти и политических объединений.
- 22. Связи с общественностью в избирательном процессе.
- 23. Государственная информационная политика: понятие, функции, реализация в России

24. Понятие и роль публичного имиджа.
25. Базовые технологии формирования публичного имиджа.
26. Особенности применения связей с общественностью в гражданских кампаниях.
27. Government relations: принципы лоббистской деятельности.
28. Антикризисный PR

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-4

1. Понятие связей с общественностью (PR).
2. История возникновения и развития PR в XX веке.
3. Социальные и политические функции связей с общественностью.
4. Коммуникативные основы PR.
5. Социально-психологические основы PR.
6. Связи с общественностью в системе коммуникативного менеджмента.
7. Модели связей с общественностью и особенности их практического применения.
8. PR-кампания и её этапы.
9. Применение SWOT-анализа в связях с общественностью.
10. Моделирование общественности. Целевые группы.
11. Средства массовой коммуникации и их применение в PR-деятельности.
12. Виды информационных материалов: пресс-релиз, пресс-kit, презентация.
13. Виды публичных мероприятий и их особенности.
14. Принципы организации пресс-конференции.
15. Механизмы управления общественным мнением.
16. Механизмы управления публичным имиджем.
17. Специфика media relations в органах власти.
18. Особенности коммуникаций органов власти с общественными и религиозными объединениями.
19. Российское законодательство о PR-деятельности
20. Место и роль PR-технологий во взаимоотношениях органов власти и политических объединений.
21. Публичные массовые мероприятия как элемент PR-деятельности органов власти и политических объединений.
22. Связи с общественностью в избирательном процессе.
23. Государственная информационная политика: понятие, функции, реализация в России
24. Понятие и роль публичного имиджа.

25. Базовые технологии формирования публичного имиджа.
26. Особенности применения связей с общественностью в гражданских кампаниях.
27. Government relations: принципы лоббистской деятельности.
28. Антикризисный PR

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
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»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-1

1. Понятие связей с общественностью (PR).
2. История возникновения и развития PR в XX веке.
3. Социальные и политические функции связей с общественностью.
4. Коммуникативные основы PR.
5. Социально-психологические основы PR.
6. Связи с общественностью в системе коммуникативного менеджмента.
7. Модели связей с общественностью и особенности их практического применения.

8. PR-кампания и её этапы.
9. Применение SWOT-анализа в связях с общественностью.
10. Моделирование общественности. Целевые группы.
11. Средства массовой коммуникации и их применение в PR-деятельности.
12. Виды информационных материалов: пресс-релиз, пресс-kit, презентация.

5.3.5 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-1

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

5.3.6 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-4

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

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
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»
не зачтено	Неудовлетворитель-но Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Плохо Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Жильцова Ольга Николаевна. Связи с общественностью : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2024. - 263 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/555978> (дата обращения: 15.08.2024). - ISBN 978-5-534-19117-2 : 1169.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=906704&idb=0>.
2. Емельянов С. М. Связи с общественностью: управление рисками и кризисными коммуникациями : учебное пособие для вузов / Емельянов С. М. - 2-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 204 с. - Книга из коллекции Лань - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-507-47338-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=885637&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Воскресенская Наталья Геннадьевна. Контент-анализ в медиакommunikациях : учебно-методическое пособие / Н. Г. Воскресенская ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2019. - 45 с. - Текст : электронный., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=795669&idb=0>.
2. Чумиков А. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебное пособие / А. Н. Чумиков. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 199 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15991-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=871071&idb=0>.

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>;
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 (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Рыжакова Елена Владимировна, кандидат культурологии.

Заведующий кафедрой: Дюдяков Алексей Александрович, кандидат медицинских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 28.12.2024, протокол № 21.