

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт международных отношений и мировой истории

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета ННГУ
протокол от
«30» ноября 2022 г. № 13

Рабочая программа дисциплины

**Б.1.О.06. Теория и практика связей с
общественностью**

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

магистратура

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

51.04.01 Культурология

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

**Культурное проектирование и межкультурное взаимодействие (культурная
политика, туризм, выставочная деятельность)**

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

очная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижегород

2023 год

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина **Б.1.О.06. Теория и практика связей с общественностью** относится к обязательной части обязательных дисциплин Блока 1 «Дисциплины (модули)» ООП по направлению подготовки 51.04.01 «Культурология» профиль «Культурное проектирование и межкультурное взаимодействие (культурная политика, туризм, выставочная деятельность)» (квалификации «Магистр»). Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре (очная форма обучения).

Целями освоения дисциплины являются формирование у студентов общих теоретических представлений о роли и задачах связей с общественностью в современном мире, о целях, формах и методах их практического осуществления, а также об основных направлениях и технологиях связей с общественностью.

Задачами курса являются:

- овладение понятийным аппаратом публичных отношений;
- формирование представлений о целях, методах, формах и конкретных инструментах планирования и реализации отношений различных организаций с общественностью;
- усвоение роли PR-подразделений в функциональной структуре органов власти и управления, государственных, общественных и коммерческих организаций.
- овладение теоретическими основами и практическими навыками разработки и реализации PR – проектов и программ.

Уровень освоения содержания курса должен позволить обучающимся применять полученные в ходе обучения знания, как в смежных дисциплинах профессионального цикла, так и в реальной профессиональной работе.

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** | |
| <i>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</i> | <i>УК-5.1. Анализирует социокультурные параметры различных групп и общностей и социокультурный контекст взаимодействия.</i> | <i>Уметь анализировать социокультурные параметры различных групп и общностей, социокультурный контекст взаимодействия для выстраивания коммуникационной политики; Знать основные параметры различных групп и общностей, целевых групп общественности; Владеть навыком анализа социокультурных параметров различных групп и общностей, социокультурного контекста взаимодействия для выстраивания коммуникационной политики.</i> | <i>тестовые задания, собеседование, практическое задание, презентация доклада, контрольная работа, кейс-задача</i> |
| | <i>УК-5.2. Выстраивает социокультурную</i> | <i>Уметь выстраивать социокультурную коммуникацию и взаимодействие с</i> | <i>тестовые задания,</i> |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | коммуникацию и взаимодействие с учетом необходимых параметров межкультурной коммуникации и социокультурного контекста. | учетом необходимых параметров межкультурной коммуникации и социокультурного контекста; Знать основы эффективной коммуникации в профессиональной среде; Владеть навыками выстраивания социокультурной коммуникации и взаимодействия с учетом необходимых параметров межкультурной коммуникации и социокультурного контекста. | собеседование практическое задание, презентация доклада, контрольная работа, кейс-задача |
| | УК-5.3. Выстраивает профессиональное взаимодействие в мультикультурной среде. | Уметь выстраивать профессиональное взаимодействие в мультикультурной среде; Знать основные параметры профессионального взаимодействия в мультикультурной среде; Владеть навыками выстраивания профессионального взаимодействия в мультикультурной среде. | тестовые задания, собеседование практическое задание, презентация доклада, контрольная работа, кейс-задача |

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

| | очная форма обучения | очно-заочная форма обучения | заочная форма обучения |
|--|-------------------------|-----------------------------------|------------------------------|
| Общая трудоемкость | 3 ЗЕТ | ___ ЗЕТ | ___ ЗЕТ |
| Часов по учебному плану | 108 | | |
| в том числе | | | |
| аудиторные занятия (контактная работа): | | | |
| - занятия лекционного типа | 16 | | |
| - занятия семинарского типа | 16 | | |
| - в том числе текущий контроль (КСР) | 2 | | |
| самостоятельная работа | 38 | | |
| Промежуточная аттестация – экзамен | 36 | | |

3.2. Содержание дисциплины

| | | |
|--|--|-------------|
| | | в том числе |
|--|--|-------------|

| Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины | Всего (часы) | | | Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающегося, часы | | | | |
|--|--------------|--------------|---------|---|---------------------------|----------------------------|-------|--|--|-------|--------------|---------|---|--|---|--|--|
| | | | | из них | | | | | | | | | | | | | |
| | Очная | Очно-заочная | Заочная | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского типа | Занятия лабораторного типа | Всего | | | Очная | Очно-заочная | Заочная | | | | | |
| Тема 1. Связи с общественностью как социальный феномен. Становление и развитие Public Relations как сферы деятельности и области знаний. | 7 | | | 2 | | | 2 | | | | | 4 | | | 3 | | |
| Тема 2. Организация коммуникаций. Форма и средства подачи новостных материалов (медиатексты и медиамероприятия). | 9 | | | 2 | | | 2 | | | | | 4 | | | 5 | | |
| Тема 3. Внутрикорпоративные связи с общественностью. | 9 | | | 2 | | | 2 | | | | | 4 | | | 5 | | |
| Тема 4. Имидж: конструирование и позиционирование. | 9 | | | 2 | | | 2 | | | | | 4 | | | 5 | | |
| Тема 5. Кризисный PR | 9 | | | 2 | | | 2 | | | | | 4 | | | 5 | | |
| Тема 6. Политический PR. | 9 | | | 2 | | | 2 | | | | | 4 | | | 5 | | |
| Тема 7. PR-кампания. | 9 | | | 2 | | | 2 | | | | | 4 | | | 5 | | |
| Тема 8. Эффективность PR и коммуникативных мероприятий. | 9 | | | 2 | | | 2 | | | | | 4 | | | 5 | | |
| В том числе текущий контроль (КСР) | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Промежуточная аттестация – экзамен | 36 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Итого | 108 | | | 16 | | | 16 | | | | | 32 | | | 3 | | |

Тема 1. Связи с общественностью как социальный феномен. Становление и развитие Public Relations как сферы деятельности и области знаний.

Содержание понятия «связи с общественностью». Анализ определений паблик рилейшнз. Основы коммуникации в связях с общественностью. Паблик рилейшнз и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, маркетинг, лоббирование и т.д.): сходства и различия. Паблик рилейшнз как функция менеджмента. Сферы функционирования связей с общественностью в современном мире. Основные направления PR- деятельности.

Модели PR- деятельности. Зарождение практики паблик рилейшнз. Американский опыт функционирования PR. Развитие немецкой и французской школ паблик рилейшнз. Становление и развитие связей с общественностью как вида профессиональной деятельности в России. Современный российский рынок PR-услуг.

Тема 2. Организация коммуникаций. Форма и средства подачи новостных материалов (медиатексты и медиамероприятия).

СМИ как основной канал воздействия на общественность. Общие принципы взаимодействия со СМИ в практике связей с общественностью. Управление СМИ и информацией. Способы создания и усиления новостей. Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений со СМИ. Понятие информационного повода.

Новостные PR – мероприятия (пресс-тур, брифинг, презентация и т.д.). Пресс-конференция как форма подачи информации: основные правила подготовки и проведения. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных мероприятий: анонс, пресс-релиз, биография, бэкграундер, заявление, медиа-кит. Особенности PR – текстов и общие требования к их написанию и оформлению. Медиа-карта.

Тема 3. Внутрикорпоративные связи с общественностью.

Управление внутрикорпоративными связями с общественностью.

Корпоративная культура. Фирменный стиль. Технологии и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью. Роль внутрикорпоративной прессы как инструмента формирования внутреннего имиджа компании.

Тема 4. Имидж: конструирование и позиционирование.

Возникновение имиджа. Имиджевые характеристики. Персональный имидж. Типология имиджа. Корпоративный имидж.

Тема 5. Кризисный PR

Понятие кризиса. Особенности использования информации во время кризиса. Подготовка к кризисам и информационная деятельность в кризисной ситуации. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.

Тема 6. Политический PR.

Целевые аудитории PR в политической коммуникации. PR в избирательной кампании. Планирование политических кампаний (проведение исследований и анализ предвыборной ситуации, определение целей кампании и выявление контактных групп). Избирательные технологии. Разработка и реализация стратегии и тактики предвыборных кампаний. Оценка результатов.

Тема 7. PR-кампания.

PR-кампания и ее составляющие. Методы социологических исследований в маркетинге и PR.

Тема 8. Эффективность PR и коммуникативных мероприятий.

Оценка эффективности PR-кампаний с помощью EAV. Измерение эффективности PR: методика Г. Тульчинского. Проблемные точки оценки эффективности PR.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа, контрольных работ по итогам изучения разделов дисциплины, работы над письменным докладом, групповых или индивидуальных консультаций.

Промежуточная аттестация проходит в традиционной форме (экзамен), на котором определяется:

- уровень усвоения студентами основного учебного материала по дисциплине;
- уровень понимания студентами изученного материала;
- способности студентов использовать полученные знания для анализа конкретных задач, делать выводы.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся Б.1.О.06.

Теория и практика связей с общественностью

4.1. Методические указания для обучающихся:

Цель самостоятельной работы – подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

Работа над основной и дополнительной литературой.

Изучение рекомендованной литературы логичнее начинать с учебников и учебных пособий, а затем переходить к нормативно-правовым актам, научным монографиям, материалам периодических изданий и другим источникам информации. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимые материалы для учебной и научной работы. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках, а также уметь пользоваться поисковыми системами в интернете.

Для аккумуляции информации по изучаемым темам рекомендуется формировать личный архив, а также каталог используемых источников. Подобная работа будет весьма продуктивной с точки зрения формирования библиографии в деле изучения других дисциплин и для последующего написания выпускной квалификационной работы.

Изучение тем самостоятельной подготовки

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности. Изучение вопросов очередной темы требует усвоения необходимых теоретических положений, определение проблемных моментов, ориентирования в соответствующих фактах и событиях, и способности их обобщать и анализировать.

Подготовка к выступлениям на семинарских занятиях.

На семинарских занятиях в своем выступлении студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать. Для достижения этой цели необходимо ознакомиться с соответствующей темой в рамках изучаемой дисциплины, с вопросами, вынесенными на семинарские занятия; изучить рекомендованные материалы по данной теме, в том числе и лекционные; осмыслить круг смежных вопросов, связанных с рассматриваемой проблемой и логику их рассмотрения; подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

Вопросы для обсуждения на семинарских занятиях.

Тема 1. Связи с общественностью как социальный феномен. Становление и развитие Public Relations как сферы деятельности и области знаний.

1. Есть ли в России PR (связи с общественностью)? Какие формы они принимают?
2. В чем состоит разница между PR и приказом?
3. Что бы вы могли сказать о подходах к определению PR?
4. К какого рода дисциплинам принадлежит PR?
5. Как соотносятся категории: «PR», «журналистика», «пропаганда», «маркетинг», «реклама»?
6. Назовите известных вам специалистов по PR. Охарактеризуйте их деятельность.
7. PR-специалист в России. Кто он? Какие качества ему присущи?
8. Какие виды PR развиваются сейчас в России?
9. Какие формы PR являются наиболее перспективными на Западе?
10. Какова цель PR?
11. В каком году была основана международная ассоциация по PR?
12. Перечислите исторически сложившиеся виды убеждающей коммуникации.
13. Зачем осуществлять PR-деятельность?
14. Каково социально-психологическое обоснование PR-деятельности?
15. Каков механизм PR-деятельности?
16. Что следует помнить при подготовке сообщения?
17. Как выглядит формула организации PR-деятельности, способствующая повышению эффективности посланий?
18. Охарактеризуйте модели коммуникации Дж. Грунига и Т. Ханга.

Тема 2. Организация коммуникаций. Форма и средства подачи новостных материалов (медиатексты и медиамероприятия).

1. Охарактеризуйте модель коммуникаций И. Эвен-Зоара.
2. Перечислите возможные варианты оформления профессиональных сообщений.
3. Назовите элементарные операции PR. Приведите примеры элементарных PR-операций: присоединения, дистанцирования и изменения отношения.
4. В чем суть операций присоединения и дистанцирования?
5. В рамках каких функций характеризуется изменение отношения?
6. Назовите характеристики вербальной сферы.
7. В чем заключается стратегия коммуникативной работы?
8. Кого называют лидерами мнений? В чем сущность модели «Лидеры мнений»?
9. Как происходит изменение мнений?
10. Какие три слагаемых предлагает использовать Д. Карнеги при подготовке материала и произнесении речей?
11. В чем особенности и отличия выступлений на радио и телевидении?
12. Какую информацию несет в себе пресс-релиз?
13. Назовите основные правила написания пресс-релиза.
14. Спичрайтер — это профессия или искусство?
15. Что такое пресс-конференция и как ее лучше проводить?
16. Что такое презентация? В чем основные отличия презентации и пресс-конференции? В каких случаях лучше использовать презентацию?
17. Для чего предназначен пресс-кит?

Тема 3. Внутрикorporативные связи с общественностью.

1. Охарактеризуйте место отдела СО внутри организации.
2. Какова роль и функции специалиста по внутрикorporативным связям с общественностью?

3. В чем состоит цель и задачи отдела внутрикорпоративных связей с общественностью?
4. Что такое корпоративная культура и каковы ее составляющие?
5. Что относится к фирменному стилю?
6. Охарактеризуйте технологии и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью.

Тема 4. Имидж: конструирование и позиционирование.

1. Для чего нужен имидж? Каково его содержание?
2. Почему именно имидж становится реальным средством воздействия на массовое сознание?
3. В чем заключаются проблемы имиджа российского бизнеса?
4. Охарактеризуйте использование типов имиджевых характеристик в PR.
5. С какими типами имиджа имеет дело специалист по PR?
6. Назовите составляющие корпоративного имиджа.
7. В чем суть модели имиджа, предложенной А.Н. Чумиковым?
8. Назовите основные приемы конструирования имиджа.
9. Как узнать, насколько удачно выбран имидж того или иного человека или компании? Насколько вы будете реагировать на него, т. е. эффективно ли он выбран?
10. Какие шаги вы сами предпримете для того, чтобы создать тот или иной имидж.
11. Проанализируйте высказывание: «половину жизни работаешь на имя, а потом имя работает на тебя. В каких областях деятельности это выражение может стать правилом?
12. В чем заключается политика информационной открытости?

Тема 5. Кризисный PR.

1. Какими параметрами характеризуется кризисная ситуация?
2. Назовите типичные кризисы, с которыми сталкивается любая фирма?
3. Какие типы кризисов с точки PR выделяет С. Блэк?
4. Вспомните несколько примеров «положительных» и «негативных» кризисов.
5. Как влияет интенсивность информационного сопровождения на течение кризиса?
6. Как происходит подготовка к кризисам? Назовите основные составляющие программы по управлению кризисами, которую предлагает П. Грин.
7. Как сохранить и восстановить репутацию во время кризиса?
8. Какие ошибочные действия во время кризиса необходимо избегать PR-специалистам?
9. В чем заключаются особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса?

Тема 6. Политический PR.

1. Каковы целевые аудитории PR в политической коммуникации?
2. PR в избирательной кампании.
3. Планирование политических кампаний (проведение исследований и анализ предвыборной ситуации, определение целей кампании и выявление контактных групп).
4. Избирательные технологии.
5. Разработка и реализация стратегии и тактики предвыборных кампаний. Оценка результатов.

Тема 8. Эффективность PR и коммуникативных мероприятий.

1. Почему возникает потребность в выработке универсальных стандартов и критериев оценки эффективности PR?

2. Почему оценить эффективность PR-кампании достаточно сложно? Какие крайние точки зрения на возможность оценки эффективности PR распространены среди специалистов?
3. В чем суть методики EAV?
4. Какую методику измерения эффективности PR предлагает Г. Тульчинский? В чем ее преимущества и возможные недостатки?
5. Как можно оценить эффективность внутрикорпоративных коммуникаций крупной компании?
6. В чем заключается суть и оригинальность подхода немецких специалистов к измерению эффективности PR?

Самостоятельная работа студента при подготовке к экзамену.

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных специалистов.

Итоговой формой контроля успеваемости студентов по учебной дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» является экзамен.

Бесспорным фактором успешного завершения очередного модуля является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего периода изучения дисциплины (семестра). В этом случае подготовка к экзамену будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к экзамену по данной дисциплине, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы, разработанные кафедрой по данной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом существа того или иного вопроса за счет:

- а) уточняющих вопросов преподавателю;
- б) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах;
- в) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям.

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников наиболее оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения.

После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к экзамену, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к материалам практических занятий, уточнить терминологический аппарат темы, а также проконсультироваться с преподавателем.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам.

Подготовка к контрольным работам.

На семинарских занятиях предусмотрено написание контрольных работ, предполагающих итоговый контроль по одному или нескольким разделам дисциплины. Контрольные работы, представляют собой тестовые задания и вопросы открытого типа, призванные проверить усвоение студентами соответствующих знаний, умений и навыков в рамках изучения тем дисциплины.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 6.2.

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 незначительных 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 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 отдельными незначительными 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 владения материалом. 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 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» |
| 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» |

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

6.2.1 Контрольные вопросы

| вопросы | Код формируемой компетенции |
|--|-----------------------------|
| 1. Поле деятельности и востребованность специалиста по PR в современной России | УК-5 |
| 2. Основные подходы к определению PR. PR и другие науки. Журналистика, реклама, пропаганда, маркетинг. | УК-5 |

| | |
|---|------|
| 3. Сфера применения PR. Примеры. Качества специалиста в области PR. Функции и должностные обязанности специалиста в области PR. | УК-5 |
| 4. Модели коммуникации. Обобщение развития модели коммуникации Дж. Грунингом и Т. Хантом | УК-5 |
| 5. Распространение информации в человеческой среде: лидеры мнений, методы их определения | УК-5 |
| 6. Пресс-конференция. Особенности подготовки. Пресс-релиз | УК-5 |
| 7. Презентация: их роль, особенности организации и проведения | УК-5 |
| 8. Сущность менеджмента новостей на примере какого-либо события | УК-5 |
| 9. Определение имиджа. Конструирование имиджа организации | УК-5 |
| 10. Определение имиджа. Типы имиджевых характеристик. Конструирование имиджа отдельного человека. | УК-5 |
| 11. Понятие кризисной ситуации. Классификация и типология кризисов | УК-5 |
| 12. Подготовка кризисом, действия PR-команды в кризисных условиях. Типичные ошибки руководители во время кризиса | УК-5 |
| 13. Особенности психологического восприятия информации условиях кризиса | УК-5 |
| 14. PR компании и её составляющие. Программный подход. Формула RACE | УК-5 |
| 15. Политический PR | УК-5 |
| 16. Управление внутрикорпоративными связями с общественностью, роль и функции специалиста, цели и задачи, инструменты. | УК-5 |
| 17. Оценка эффективности PR-деятельности | УК-5 |
| 18. Форма и средства подачи новостных материалов | УК-5 |

6.2.2. Типовые тестовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции УК-5 «Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия»

Типовые тестовые задания для оценки компетенции УК-5

1. Коммуникации в PR:

- а) это прежде всего межличностные коммуникации
- б) это публичные коммуникации
- в) это коммуникации через СМИ

2. Пресс-релиз как вид письменной коммуникации в PR:

- а) пресс-релиз направляется в любые организации
- б) пресс-релиз – сообщение для прессы
- в) пресс-релиз может быть подписан журналистом

Примерная задача для оценки компетенции УК-5.

На основе предложенных рекомендаций составьте пресс-релиз для следующих новостей:

- 1. Фирма выпустила новый продукт на рынок.
- 2. Переход контрольного пакета акций компании к новому владельцу.
- 3. Открытие нового коммерческого банка.
- 4. Открытие нового оптового магазина в сети.
- 5. Начало строительства новой современной гостиницы.

Вопросы для собеседования, письменных ответов в контрольных работах для оценки компетенции УК-5:

- Перечислите исторически сложившиеся виды убеждающей коммуникации.
- Зачем осуществлять PR-деятельность?
- Каково социально-психологическое обоснование PR-деятельности?
- Каков механизм PR-деятельности?
- Что следует помнить при подготовке сообщения?
- Как выглядит формула организации PR-деятельности, способствующая повышению эффективности посланий?

6.2.3. Темы докладов

1. Поле деятельности и востребованность специалиста по PR в современной России.
2. Основные подходы к определению PR.
3. Мировое и Российское PR-сообщество: становление и развитие.
4. Направления развития российского PR-сообщества.
5. PR и другие дисциплины, общественного движения).
6. Коммуникативные модели PR-технологий.
7. Распространение информации в человеческой среде: фреймовое представление.
8. Диффузная теория Э. Роджерса о пяти ролях, характерных для коммуникативной передачи информации.
9. Теория изменения мнений о распространении информации в человеческой среде.
10. Примеры использования элементарных операций PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
11. Подготовка выступления на телевидении.
12. Профессия «спичрайтер».
13. Правила подготовки медиа-кита для пресс-конференции.
14. Подготовка презентации.
15. Профессия «спин-доктор». Ее появления и распространение.
16. Морально-этические аспекты профессии «спин-доктор».
17. Конструирование событийного ряда.
18. Основной и дополнительный вес новости.
19. Слухи, их распространение и борьба с ними.
20. Развитие событийного ряда на примере предвыборной кампании кандидата в президенты России.
21. Конструирование персонального имиджа.
22. Роль корпоративной философии и фирменной истории в формировании имиджа организации.
23. Корпоративная идеология.
24. Имидж известного политика, бизнесмена, телезвезды и т. д.
25. Имидж известной компании.
26. Подходы к классификации человеческих потребностей.
27. Бизнес-ритуалы в жизнедеятельности организации.
28. Политический PR и формирование партийной идеологии.
29. Политические перформансы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С. Д. Резника - Москва : Академический Проект, 2020. - 511 с. (Gaudeamus) - ISBN

978-5-8291-2912-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129125.html>

2. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597>
3. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. - Москва : Дашков и К, 2021. - 294 с. - ISBN 978-5-394-04020-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1442306>

б) дополнительная литература:

1. Минаева Л.В., Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Минаева Л.В. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706420.html>
2. Минаева Л.В., Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Л. В. Минаева. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705850.html>
3. Гринберг Т.Э., Политические технологии [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Гринберг Т.Э. - М. : Аспект Пресс, 2018. - 272 с. - ISBN 978-5-7567-0952-0 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709520.html>
4. Шарков Ф.И., Правовые основы коммуникации: в рекламе, связях с общественностью, журналистике: учебное пособие [Электронный ресурс] / Шарков Ф.И., Захарова В.И. - М. : Проспект, 2016. - 224 с. - ISBN 978-5-392-19922-8 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392199228.html>
5. Шарков Ф.И., Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2013. - 272 с. - ISBN 978-5-394-02075-9 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020759.html>
6. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции [Электронный ресурс]: учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело, 2016. - 520 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785774911356.html>
7. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Чумиков А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. (Серия "Учебник нового поколения") - ISBN 978-5-7567-0819-6 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html>
8. Рева В.Е., Управление репутацией [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Рева В.Е. - М. : Дашков и К, 2018. - 136 с. - ISBN 978-5-394-02209-8 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394022098.html>

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

1. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru
2. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) [электронный ресурс] // www.raso.ru
3. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // www.advertology.ru
4. Федеральный Закон РФ о рекламе от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / <http://www.consultant.ru/popular/advert/>
5. Федеральный закон РФ о СМИ [электронный ресурс] // <http://www.sovetnik.ru/documents/smi/>
6. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: демонстрационное оборудование для презентаций на аудиторных занятиях.

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 ВО магистратура по направлению подготовки 51.04.01 Культурология (Приказ ННГУ от 13.05.2020 г. № 284-ОД).

Программа одобрена на заседании методической комиссии Института международных отношений и мировой истории от «3» ноября 2022 года, протокол № 7

Автор (ы) к.п.н., доцент Селиверстова Ю.А.

Рецензент (ы) к.п.н., доцент Кузнецова Н.А.

Заведующий кафедрой социально-политических коммуникаций Фортунатов А.Н.