

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**

Современные технологии PR

---

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.В.02 Современные технологии PR относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1: Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации УК-1.2: Имеет практический опыт работы с информационными объектами и сетью Интернет, опыт библиографического разыскания, создания научных текстов.	УК-1.1: Знать методы поиска, критического анализа и синтеза информации Уметь Применять системный подход в профессиональной деятельности Владеть навыками составления рабочих планов и графиков PR кампаний и мероприятий  УК-1.2: Знать методы работы с информационными объектами и сетью Интернет Уметь Применять системный подход в профессиональной деятельности Владеть навыками составления рабочих планов и графиков PR кампаний и мероприятий	Реферат	Зачёт: Контрольные вопросы
ПК-15: Способен производить комплексную проверку достоверности информации, находить ее источник и оценивать его надежность в системе	ПК-15.1: Знает технологии поиска информации в сети Интернет; основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации ПК-15.2: Выявляет опасности и угрозы, возникающие при	ПК-15.1: Знать технологии поиска информации в сети Интернет; Уметь обрабатывать, хранить, передавать информацию с помощью разных технологий; Владеть практическими навыками обработки,	Задания	Зачёт: Контрольные вопросы

современных медиакommunikаций	распространении информации, владеет методами предотвращения этих опасностей. ПК-15.3: Производит комплексную проверку достоверности информации, находит ее источник и оценивает его надежность в системе современных медиакommunikаций	хранения, передачи и накопления информации;  ПК-15.2: Знать опасности и угрозы, возникающие при распространении информации, владеет методами предотвращения этих опасностей; Уметь применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ; Владеть практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;  ПК-15.3: Знать технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ; Уметь применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ; Владеть практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;		
ПК-16: Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного  проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-16.1: Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-16.2: Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-16.3: Использует результаты исследований для планирования рекламной	ПК-16.1: Знать коммуникационные аспекты деятельности организации; Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации; Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;	Задания	Зачёт: Контрольные вопросы

	или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	<p>ПК-16.2: Знать должностные обязанности, особенности оформления документов по сопровождению проекта; Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации; Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</p> <p>ПК-16.3: Знать коммуникационные аспекты деятельности организации; Уметь использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании; Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</p>		
ПК-17: Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	<p>ПК-17.1: Применяет на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</p> <p>ПК-17.2: Анализирует требования потребителей к продукту, владеет навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>ПК-17.3: Проводит презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с</p>	<p>ПК-17.1: Знать технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами; Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации; Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</p> <p>ПК-17.2: Знать требования потребителей к продукту; Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации; Владеть навыками</p>	Тест	Зачёт: Контрольные вопросы

	общественностью	<p>взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</p> <p>ПК-17.3: Знать коммуникационные аспекты деятельности организации; Уметь проводить презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта; Владеть практическими навыками продвижения индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью</p>		
ПК-3: Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы	<p>ПК-3.1: Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе)</p> <p>ПК-3.2: Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>ПК-3.3: Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-3.1: Знать основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе; Уметь использовать основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе; Владеть практическими навыками реализации основных принципов работы в рекламном (маркетинговом) отделе;</p> <p>ПК-3.2: Знать компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта; Уметь осуществлять фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта; Владеть навыками применения компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта;</p>	Задания	Зачёт: Контрольные вопросы

		<p><b>ПК-3.3:</b>  Знать технические и программные средства для создания рекламы;  Уметь использовать технические и программные средства для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта;  Владеть техническими и программными средствами для создания рекламы;</p>		
<p><b>ПК-5:</b> Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ</p>	<p><b>ПК-5.1:</b> Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанровостилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта  <b>ПК-5.2:</b> Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ</p>	<p><b>ПК-5.1:</b>  Знать жанровостилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;  Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;  Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</p> <p><b>ПК-5.2:</b>  Знать особенности адаптации рекламного и PR-текста с учетом требований разных типов СМИ;  Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;  Владеть практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста с учетом требований разных типов СМИ;</p>	Тест	<p>Зачёт:  Контрольные вопросы</p>

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>заочная</b>
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>3</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>

в том числе	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	
- занятия лекционного типа	<b>6</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>6</b>
- КСР	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>91</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>4</b>
	<b>Зачёт</b>

### 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			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/ лабора- торные работы), часы	Всего	
	З Ф О	З Ф О	З Ф О	З Ф О	З Ф О
Тема 1. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты	23	2	1	3	20
Тема 2. Разработка PR- технологии: теоретический этап; методический этап; процедурный этап.	22	1	1	2	20
Тема 3. Психологические аспекты применения технологий	35	2	2	4	31
Тема 4. Технологии рекламы и пиар в различных сферах	23	1	2	3	20
Аттестация	4				
КСР	1			1	
Итого	108	6	6	13	91

### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты

Тема 2. Разработка PR- технологии: теоретический этап; методический этап; процедурный этап.

Тема 3. Психологические аспекты применения технологий

Тема 4. Технологии рекламы и пиар в различных сферах

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.

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 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 - Реферат) для оценки сформированности компетенции УК-1:**

##### **Темы рефератов**

1. Избирательные технологии и PR-технологии в избирательной кампании. Особенности, характеристика
2. Инструменты, используемые в соц. сетях для позиционирования партий или политических лидеров
3. Невербальный язык кандидатов в избирательной кампании
4. Особенности и построение политических технологий
5. Особенности политических манипуляций в современном мире
6. Особенности радио, телевидения и печатных СМИ как каналов коммуникации. Сравнительный анализ
7. Особенности технологии и технологизации рекламной деятельности и связей с общественностью
8. Переговорный процесс как коммуникационная технология
9. Психологические аспекты использования вербальных форм в связях с общественностью и рекламе
10. Психологические аспекты использования визуальных форм в связях с общественностью и рекламе
11. Психологические аспекты использования музыки в связях с общественностью и рекламе
12. Психологические аспекты использования цвета в связях с общественностью и рекламе
13. Психологические аспекты пропаганды
14. Психологические особенности печатной рекламы и пропаганды
15. Психологические особенности радиорекламы
16. Психологические особенности телевизионной рекламы и пропаганды



17. Психологические эффекты и приемы манипуляции, применяемые в современных СМИ.
18. Психология рекламы: способы воздействия на потребителя.
19. Разработка этапов PR- технологии
20. Системное описание модели PR-технологии
21. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий

### Критерии оценивания (оценочное средство - Реферат)

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	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-15:

**Задание: разработайте социальную рекламу и авторские проекты, направленные на формирование общественного мнения к определенной социальной проблеме в нашем регионе/на муниципальном уровне:**

1. Правовая грамотность (профилактика правового нигилизма)
2. Права человека
3. Права женщин
1. Права детей (профилактика насилия над детьми)

2. Права людей с ограниченными возможностями
3. Социо-культурная интеграция людей с ограниченными возможностями
4. Привлечение волонтеров к общественно-полезной деятельности
5. Экология
6. Благоустройство территории
7. Чистота и порядок
8. Безопасность на дорогах (для водителей)
9. Правила дорожного движения (для пешеходов)
10. Культура речи
11. Культура общения (коммуникативная культура)
12. Взаимоотношения с родителями
13. Моя малая родина
14. Я –гражданин России
15. Толерантное отношение к людям различных вероисповеданий
16. Толерантное отношение к людям различных национальностей
17. Толерантное отношение к пожилым людям
18. Здоровый образ жизни
19. .Правильное питание
20. Семья как ценность
21. Многодетная семья
22. Труд как ценность
23. Курение детское
24. Наркомания
25. Алкоголизм
26. Аборты
27. Туберкулез

**5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-16:**

**Задание: разработайте социальную рекламу и авторские проекты, направленные на формирование общественного мнения к определенной социальной проблеме в нашем регионе/на муниципальном уровне:**

1. Правовая грамотность (профилактика правового нигилизма)
2. Права человека
3. Права женщин
1. Права детей (профилактика насилия над детьми)
2. Права людей с ограниченными возможностями
3. Социо-культурная интеграция людей с ограниченными возможностями
4. Привлечение волонтеров к общественно-полезной деятельности
5. Экология
6. Благоустройство территории
7. Чистота и порядок
8. Безопасность на дорогах (для водителей)
9. Правила дорожного движения (для пешеходов)
10. Культура речи
11. Культура общения (коммуникативная культура)
12. Взаимоотношения с родителями
13. Моя малая родина
14. Я –гражданин России
15. Толерантное отношение к людям различных вероисповеданий
16. Толерантное отношение к людям различных национальностей
17. Толерантное отношение к пожилым людям

18. Здоровый образ жизни
19. .Правильное питание
20. Семья как ценность
21. Многодетная семья
22. Труд как ценность
23. Курение детское
24. Наркомания
25. Алкоголизм
26. Аборты
27. Туберкулез
28. СПИД

**5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-3:**

**Задание: разработайте социальную рекламу и авторские проекты, направленные на формирование общественного мнения к определенной социальной проблеме в нашем регионе/на муниципальном уровне:**

1. Правовая грамотность (профилактика правового нигилизма)
2. Права человека
3. Права женщин
1. Права детей (профилактика насилия над детьми)
2. Права людей с ограниченными возможностями
3. Социо-культурная интеграция людей с ограниченными возможностями
4. Привлечение волонтеров к общественно-полезной деятельности
5. Экология
6. Благоустройство территории
7. Чистота и порядок

8. Безопасность на дорогах (для водителей)
9. Правила дорожного движения (для пешеходов)
10. Культура речи
11. Культура общения (коммуникативная культура)
12. Взаимоотношения с родителями
13. Моя малая родина
14. Я –гражданин России
15. Толерантное отношение к людям различных вероисповеданий
16. Толерантное отношение к людям различных национальностей
17. Толерантное отношение к пожилым людям
18. Здоровый образ жизни
19. .Правильное питание
20. Семья как ценность
21. Многодетная семья
22. Труд как ценность
23. Курение детское
24. Наркомания
25. Алкоголизм
26. Аборты
27. Туберкулез
28. СПИД

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - 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

Оценка	Критерии оценивания
	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»

### 5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-17:

Тест.

#### 1. PR-мероприятие для СМИ, в котором участвуют несколько спикеров с различными программными заявлениями в рамках одного информационного повода:

- а) брифинг
- б) пресс-тур
- в) пресс-конференция
- г) пресс-ланч

#### 2. Экономическая демонстрация образцов, которая представляет собой крупный рынок товаров и действует в течение ограниченного времени в одном и том же месте:

- а) презентация;
- б) ярмарка;
- в) конференция;
- г) пресс-тур.

#### 1. PR-материал, содержащий базовую информацию событийного текущего характера, не являющуюся новостью или сенсацией:

- а) пресс-релиз;
- б) проспект;
- в) бэкграундер;
- г) брошюра.

**1. Единство постоянных визуальных и текстовых элементов, относящихся к конкретной организации и отличающих ее от конкурентов:**

- а) фирменный стиль;
- б) имидж;
- в) бренд;
- г) логотип.

**1. Фирмы, производящие товары-заменители (услуги-заменители), способные вытеснить организацию с рынка – это:**

- а) прямые конкуренты
- б) косвенные конкуренты
- в) потенциальные конкуренты

**6. Какая цель ПР-кампании считается достигнутой, если обратная связь фиксирует факт изменения отношения целевой аудитории к организации, повышения доверия к PR-обращению:**

- А) имидж-цель
- Б) промежуточная цель
- В) главная цель
- Г) простейшая цель

**7. Наиболее приемлемый план ПР-кампании для «нерутинных», нестандартных событий:**

- А) блок-схема
- Б) расписание
- В) график

**5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-5:**

Тест.

**1. PR-мероприятие для СМИ, в котором участвуют несколько спикеров с различными программными заявлениями в рамках одного информационного повода:**

- а) брифинг
- б) пресс-тур
- в) пресс-конференция
- г) пресс-ланч

**2. Экономическая демонстрация образцов, которая представляет собой крупный рынок товаров и действует в течение ограниченного времени в одном и том же месте:**

- а) презентация;
- б) ярмарка;
- в) конференция;
- г) пресс-тур.

**1. PR-материал, содержащий базовую информацию событийного текущего характера, не являющуюся новостью или сенсацией:**

- а) пресс-релиз;
- б) проспект;
- в) бэкграундер;



г) брошюра.

**1. Единство постоянных визуальных и текстовых элементов, относящихся к конкретной организации и отличающих ее от конкурентов:**

а) фирменный стиль;

б) имидж;

в) бренд;

г) логотип.

**1. Фирмы, производящие товары-заменители (услуги-заменители), способные вытеснить организацию с рынка – это:**

а) прямые конкуренты

б) косвенные конкуренты

в) потенциальные конкуренты

**6. Какая цель ПР-кампании считается достигнутой, если обратная связь фиксирует факт изменения отношения целевой аудитории к организации, повышения доверия к PR-обращению:**

А) имидж-цель

Б) промежуточная цель

В) главная цель

Г) простейшая цель

**7. Наиболее приемлемый план ПР-кампании для «нерутинных», нестандартных событий:**

А) блок-схема

Б) расписание

В) график

### 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 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			
<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. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые	Продемонстрированы все основные умения. Решены все	Продемонстрированы все основные умения. Решены все	Продемонстрированы все основные умения. Решены	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные

	вследствие отказа обучающегося от ответа	умения. Имели место грубые ошибки	задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	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 некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован 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 УК-1

1. E-mail маркетинг
2. PR в туризме. Специфика PR в сфере VIP-туризма
3. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности
4. PR на рынке современного изобразительного искусства
5. PR-технологии в отечественном кинопрокате
6. PR-технологии в социальной сфере: долгосрочные социальные программы
7. PR-технологии и реклама на форумах, досках объявлений, в чатах
8. Public relations в издательском деле
9. Благотворительность: особенность, стратегии. Современные благотворительные организации
10. Вирусный маркетинг в Интернете
11. Избирательные технологии и PR-технологии в избирательной кампании. Особенности, характеристика
12. Инструменты, используемые в соц. сетях для позиционирования партий или политических лидеров
13. Использование стереотипов в рекламе и пиаре
14. Использование технологий баз данных в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью
15. Категории потребителей рекламы. Охарактеризуйте средства воздействия на целевую аудиторию, применяемые в рекламе и пиар

### 5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-15

1. E-mail маркетинг
2. PR в туризме. Специфика PR в сфере VIP-туризма
3. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности
4. PR на рынке современного изобразительного искусства
5. PR-технологии в отечественном кинопрокате
6. PR-технологии в социальной сфере: долгосрочные социальные программы

7. PR-технологии и реклама на форумах, досках объявлений, в чатах
8. Public relations в издательском деле
9. Благотворительность: особенность, стратегии. Современные благотворительные организации
10. Вирусный маркетинг в Интернете
11. Избирательные технологии и PR-технологии в избирательной кампании. Особенности, характеристика
12. Инструменты, используемые в соц. сетях для позиционирования партий или политических лидеров
13. Использование стереотипов в рекламе и пиаре
14. Использование технологий баз данных в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью
15. Категории потребителей рекламы. Охарактеризуйте средства воздействия на целевую аудиторию, применяемые в рекламе и пиар

### 5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-16

1. E-mail маркетинг
2. PR в туризме. Специфика PR в сфере VIP-туризма
3. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности
4. PR на рынке современного изобразительного искусства
5. PR-технологии в отечественном кинопрокате
6. PR-технологии в социальной сфере: долгосрочные социальные программы
7. PR-технологии и реклама на форумах, досках объявлений, в чатах
8. Public relations в издательском деле
9. Благотворительность: особенность, стратегии. Современные благотворительные организации
10. Вирусный маркетинг в Интернете
11. Избирательные технологии и PR-технологии в избирательной кампании. Особенности, характеристика
12. Инструменты, используемые в соц. сетях для позиционирования партий или политических лидеров

13.Использование стереотипов в рекламе и пиаре
14.Использование технологий баз данных в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью
15.Категории потребителей рекламы. Охарактеризуйте средства воздействия на целевую аудиторию, применяемые в рекламе и пиар

#### **5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-17**

1. E-mail маркетинг
2. PR в туризме. Специфика PR в сфере VIP-туризма
3. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности
4. PR на рынке современного изобразительного искусства
5. PR-технологии в отечественном кинопрокате
6. PR-технологии в социальной сфере: долгосрочные социальные программы
7. PR-технологии и реклама на форумах, досках объявлений, в чатах
8. Public relations в издательском деле
9. Благотворительность: особенность, стратегии. Современные благотворительные организации
10.Вирусный маркетинг в Интернете
11.Избирательные технологии и PR-технологии в избирательной кампании. Особенности, характеристика
12.Инструменты, используемые в соц. сетях для позиционирования партий или политических лидеров
13.Использование стереотипов в рекламе и пиаре
14.Использование технологий баз данных в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью
15.Категории потребителей рекламы. Охарактеризуйте средства воздействия на целевую аудиторию, применяемые в рекламе и пиар

#### **5.3.5 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-3**

1. E-mail маркетинг
2. PR в туризме. Специфика PR в сфере VIP-туризма

3. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности
4. PR на рынке современного изобразительного искусства
5. PR-технологии в отечественном кинопрокате
6. PR-технологии в социальной сфере: долгосрочные социальные программы
7. PR-технологии и реклама на форумах, досках объявлений, в чатах
8. Public relations в издательском деле
9. Благотворительность: особенность, стратегии. Современные благотворительные организации
10. Вирусный маркетинг в Интернете
11. Избирательные технологии и PR-технологии в избирательной кампании. Особенности, характеристика
12. Инструменты, используемые в соц. сетях для позиционирования партий или политических лидеров
13. Использование стереотипов в рекламе и пиаре
14. Использование технологий баз данных в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью
15. Категории потребителей рекламы. Охарактеризуйте средства воздействия на целевую аудиторию, применяемые в рекламе и пиар

### **5.3.6 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-5**

1. E-mail маркетинг
2. PR в туризме. Специфика PR в сфере VIP-туризма
3. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности
4. PR на рынке современного изобразительного искусства
5. PR-технологии в отечественном кинопрокате
6. PR-технологии в социальной сфере: долгосрочные социальные программы
7. PR-технологии и реклама на форумах, досках объявлений, в чатах
8. Public relations в издательском деле
9. Благотворительность: особенность, стратегии. Современные благотворительные организации

10.Вирусный маркетинг в Интернете
11.Избирательные технологии и PR-технологии в избирательной кампании. Особенности, характеристика
12.Инструменты, используемые в соц. сетях для позиционирования партий или политических лидеров
13.Использование стереотипов в рекламе и пиаре
14.Использование технологий баз данных в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью
15.Категории потребителей рекламы. Охарактеризуйте средства воздействия на целевую аудиторию, применяемые в рекламе и пиар

### 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 О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - Москва : Юрайт, 2023. - 337 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-9890-0. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=848329&idb=0>.
2. Заладина А. С. Связи с общественностью в менеджменте и управлении персоналом : учебно-методическое пособие / Заладина А. С., Башук Е. Н. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022. - 28 с. - Рекомендовано методической комиссией факультета социальных наук для студентов ННГУ, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.03 «Управление персоналом». - Книга из коллекции ННГУ им. Н. И. Лобачевского - Экономика и менеджмент.,



<https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=830249&idb=0>.

3. Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум / Г. А. Борщевский. - Москва : Юрайт, 2023. - 261 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15901-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=840422&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Антикризисное управление организацией : Учебник / Институт повышения квалификации и профессиональной переподготовки кадров; Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого; Институт повышения квалификации и профессиональной переподготовки кадров; Национальный исследовательский Томский политехнический университет. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 143 с. - (Высшее образование). - Профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-018841-6. - ISBN 978-5-16-103116-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=889458&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.eartist.ru](http://www.eartist.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](http://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](http://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](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, компьютерами.

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.