МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Директор департамента образования
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Связи с общественностью в органах государственной власти

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **38.03.04 Государственное и муниципальное управление**
Направленность (профиль) / специализация: **Административное и территориальное управление**
Форма обучения: **заочная (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)**
Факультет: **ФДО, Факультет дистанционного обучения**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **3**
Семестр: **5**
Учебный план набора 2016 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	5 семестр	Всего	Единицы
1	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	12	12	часов
2	Контроль самостоятельной работы	2	2	часов
3	Всего контактной работы	14	14	часов
4	Самостоятельная работа	121	121	часов
5	Всего (без экзамена)	135	135	часов
6	Подготовка и сдача экзамена	9	9	часов
7	Общая трудоемкость	144	144	часов
			4.0	З.Е.

Контрольные работы: 5 семестр - 1
Экзамен: 5 семестр

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шелупанов А.А.
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.02.2018
Уникальный программный ключ:
c53e145e-8b20-45aa-9347-a5e4dbb90e8d

Томск 2018

Согласована на портале № 44568

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 318 от « 3 » 7 2018 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденного 10.12.2014 года, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры АОИ «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчики:

доцент каф. ТЭО	_____	Ю. В. Морозова
ст. преподаватель каф. АОИ	_____	Н. В. Ермакова

Заведующий обеспечивающей каф. АОИ	_____	Ю. П. Ехлаков

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан ФДО	_____	И. П. Черкашина
Заведующий выпускающей каф. АОИ	_____	Ю. П. Ехлаков

Эксперты:

Доцент кафедры технологий электронного обучения (ТЭО)	_____	Ю. В. Морозова
Доцент кафедры автоматизации обработки информации (АОИ)	_____	А. А. Сидоров

Согласована на портале № 44568

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

формирование у студентов теоретических знаний в области связей с общественностью, а также практических навыков эффективного взаимодействия представителей органов государственной власти и местного самоуправления с различными целевыми аудиториями.

1.2. Задачи дисциплины

– освоение основополагающих понятий теории связей с общественностью в соответствии с классической моделью коммуникационного процесса;

– освоение современных технологий коммуникационного менеджмента в деятельности органов власти, политике, особенностей работы PR-служб в кризисных ситуациях;

– формирование практических навыков применения современных методов управления коммуникациями в сфере государственного и муниципального управления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Связи с общественностью в органах государственной власти» (Б1.Б.22) относится к блоку 1 (базовая часть).

Последующими дисциплинами являются: Исследование социально-экономических и политических процессов.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– ОПК-4 способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

– **знать** принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения;

– **уметь** анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений; собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство;

– **владеть** практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью; технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей; навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		5 семестр
Контактная работа (всего)	14	14
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	12	12
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
Самостоятельная работа (всего)	121	121
Подготовка к контрольным работам	12	12
Самостоятельное изучение тем (вопросов)	109	109

Согласована на портале № 44568

теоретической части курса		
Всего (без экзамена)	135	135
Подготовка и сдача экзамена	9	9
Общая трудоемкость, ч	144	144
Зачетные Единицы	4.0	

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

Названия разделов дисциплины	СРП, ч	КСР, ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
5 семестр					
1 Исторические аспекты становления и развития связей с общественностью. Генезис представления о предмете PR. Характеристика основных подходов к классификации PR	2	2	18	20	ОПК-4
2 PR и интегрированные маркетинговые коммуникации. Корпоративные коммуникации. Кризисные коммуникации.Пропаганда и политические коммуникации	2		32	34	ОПК-4
3 Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий. Публичные выступления как важный элемент работы в коммуникативном пространстве.	2		27	29	ОПК-4
4 Оценка ключевых показателей эффективности (KPI) PR-деятельности. Правовые аспекты PR. Особенности российского и международного законодательства	4		28	32	ОПК-4
5 Организационная структура PR-деятельности. Будущее PR. Новые тенденции и технологии	2		16	18	ОПК-4
Итого за семестр	12	2	121	135	
Итого	12	2	121	135	

5.2. Содержание разделов дисциплины (самостоятельная работа под руководством преподавателя)

Содержание разделов дисциплин (самостоятельная работа под руководством преподавателя) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов дисциплин (самостоятельная работа под руководством преподавателя)

Названия разделов	Содержание разделов дисциплины (самостоятельная работа под руководством преподавателя)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
5 семестр			

Согласована на портале № 44568

1 Исторические аспекты становления и развития связей с общественностью. Генезис представления о предмете PR. Характеристика основных подходов к классификации PR	PR как инструмент пропаганды. PR как инструмент маркетинга. PR как инструмент построения репутации. Организация деятельности по связям с общественностью. Определение PR. Классификация PR по аудиториям. Классификация PR по задачам (специализация по отраслям).	2	ОПК-4
	Итого	2	
2 PR и интегрированные маркетинговые коммуникации. Корпоративные коммуникации. Кризисные коммуникации.Пропаганда и политические коммуникации	Маркетинговые коммуникации. Маркетинговые коммуникации B2B (Business to Business). Фирменный стиль. Стратегическое планирование. Продвижение первого лица компании. Взаимоотношения со стейкхолдерами, исполнительной властью и лоббирование. Корпоративная социальная ответственность. Роль и место внутренних коммуникаций. Управление кризисной ситуацией. Кризисные коммуникации. Упреждающие функции управления кризисом. Президентский PR на примере США. Этапы политического PR в России.	2	ОПК-4
	Итого	2	
3 Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий. Публичные выступления как важный элемент работы в коммуникативном пространстве.	Продвижение в СМИ (Media Relations). Проведение специальных мероприятий (Event Management). Подготовка речи. Принципы публичных выступлений. Тренинг выступающих и подготовка выступления	2	ОПК-4
	Итого	2	
4 Оценка ключевых показателей эффективности (KPI) PR-деятельности. Правовые аспекты PR. Особенности российского и международного законодательства	Проблемы стандартизации в оценке PR. Практика оценки эффективности PR-деятельности. Рекомендации Ассоциации компаний — консультантов в области связей с общественностью. Нарушение исключительных прав (авторские и смежные права.Вторжение в частную жизнь. Клевета или распространение недостоверной и заведомо ложной информации. Недобросовестная конкуренция. Нарушение прав потребителей. Нарушение законодательства о средствах массовой информации. Виды ответственности. Законодательство других стран.	4	ОПК-4
	Итого	4	
5 Организационная структура PR-деятельности.	Взаимодействие компаний и агентств. Новые тенденции развития PR-рынка в России и мире. Современные технологии PR-	2	ОПК-4

Согласована на портале № 44568

Будущее PR. Новые тенденции и технологии	компаний.		
	Итого	2	
Итого за семестр		12	

5.3. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами представлены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин				
	1	2	3	4	5
Последующие дисциплины					
1 Исследование социально-экономических и политических процессов			+	+	+

5.4. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.4.

Таблица 5.4 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Компетенции	Виды занятий			Формы контроля
	СРП	КСР	Сам. раб.	
ОПК-4	+	+	+	Контрольная работа, Экзамен, Проверка контрольных работ, Тест

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП.

7. Лабораторные работы

Не предусмотрено РУП.

8. Контроль самостоятельной работы

Виды контроля самостоятельной работы приведены в таблице 8.1.

Таблица 8.1 – Виды контроля самостоятельной работы

№	Вид контроля самостоятельной работы	Трудоемкость (час.)	Формируемые компетенции
5 семестр			
1	Контрольная работа	2	ОПК-4
Итого		2	

9. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
5 семестр				

Согласована на портале № 44568

1 Исторические аспекты становления и развития связей с общественностью. Генезис представления о предмете PR. Характеристика основных подходов к классификации PR	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	18	ОПК-4	Тест, Экзамен
	Итого	18		
2 PR и интегрированные маркетинговые коммуникации. Корпоративные коммуникации. Кризисные коммуникации.Пропаганда и политические коммуникации	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	28	ОПК-4	Контрольная работа, Тест, Экзамен
	Подготовка к контрольным работам	4		
	Итого	32		
3 Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий. Публичные выступления как важный элемент работы в коммуникативном пространстве.	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	23	ОПК-4	Контрольная работа, Тест, Экзамен
	Подготовка к контрольным работам	4		
	Итого	27		
4 Оценка ключевых показателей эффективности (KPI) PR-деятельности. Правовые аспекты PR. Особенности российского и международного законодательства	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	24	ОПК-4	Контрольная работа, Тест, Экзамен
	Подготовка к контрольным работам	4		
	Итого	28		
5 Организационная структура PR-деятельности. Будущее PR. Новые тенденции и технологии	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	16	ОПК-4	Тест, Экзамен
	Итого	16		

Согласована на портале № 44568

	Выполнение контрольной работы	2	ОПК-4	Контрольная работа
Итого за семестр		121		
	Подготовка и сдача экзамена	9		Экзамен
Итого		130		

10. Контроль самостоятельной работы (курсовой проект / курсовая работа)

Не предусмотрено РУП.

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

Рейтинговая система не используется.

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 263 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00227-0. Доступ из личного кабинета студента. — Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/09F0A4F7-A8CB-430B-BE4E-C92C2C63127B/svyazi-s-obschestvennostyu (дата обращения: 28.08.2018).

12.2. Дополнительная литература

1. Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г.А. Борщевский. — М. Издательство Юрайт, 2018. Доступ из личного кабинета студента. — Режим доступа: https://biblio-online.ru/viewer/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti#page/1 (дата обращения: 28.08.2018).

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Малаховская Е. К. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Е. К. Малаховская. – Томск : ФДО, ТУСУР, 2016. Доступ из личного кабинета студента. — Режим доступа: https://study.tusur.ru/study/library/ (дата обращения: 28.08.2018).

2. Малаховская Е. К. Связи с общественностью в органах власти : электронный курс / Е. К. Малаховская. – Томск ТУСУР, ФДО, 2016. Доступ из личного кабинета студента.

12.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

12.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. КонсультантПлюс: www.consultant.ru (доступ из личного кабинета студента по ссылке

Согласована на портале № 44568

https://study.tusur.ru/study/download/)

2. ЭБС «Юрайт»: www.biblio-online.ru (доступ из личного кабинета студента по ссылке https://biblio.fdo.tusur.ru/)

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины и требуемое программное обеспечение

13.1. Общие требования к материально-техническому и программному обеспечению дисциплины

13.1.1. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Кабинет для самостоятельной работы студентов

учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы

634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Коммутатор MicroTeak;
- Компьютер PENTIUM D 945 (3 шт.);
- Компьютер GELERON D 331 (2 шт.);
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- Google Chrome
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows
- Microsoft Windows
- OpenOffice
- КонсультантПлюс (с возможностью удаленного доступа)

13.1.2. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 201 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Состав оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры класса не ниже ПЭВМ INTEL Celeron D336 2.8ГГц. - 5 шт.;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

13.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звуко-

Согласована на портале № 44568

усиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями зрениями** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

14. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

14.1. Содержание оценочных материалов и методические рекомендации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы в составе:

14.1.1. Тестовые задания

1. Специалисту по связям с общественностью нужно сформулировать миссию организации, в которой он работает, и представить ее на сайте. Какую информацию должен содержать текст такого сообщения?

а) конкретное задание, которое должно быть выполнено в определенный период;

б) биографию руководителя / основателя организации;

в) описание направлений развития, ценностей, определение общественного смысла деятельности организации;

г) контактную информацию об организации.

2. Какому из приведенных ниже утверждений должен следовать сотрудник службы по связям с общественностью для эффективного взаимодействия с работниками средств массовой информации?

а) управление информацией подразумевает абсолютный контроль над ней, например, наложение полного запрета на обнародование в СМИ той информации об организации, которая не устраивает руководство;

б) управление информацией подразумевает, что организация, не пытаясь поставить под свой контроль всю информацию о себе, должна сделать все, чтобы информации позитивной было существенно больше, чем негативной;

в) предлагаемая организацией информация должна носить узко-корпоративный характер;

г) специалисту по связям с общественностью следует добиваться того, чтобы все сведения, которые были предоставлены в распоряжение журналиста, были бы опубликованы.

3. Каким правилам должен соответствовать грамотно составленный пресс-релиз?

а) повествование в пресс-релизе строится от первого лица;

б) главная новость в пресс-релизе должна быть только одна, все остальные новости подчиняются ей;

в) первый абзац должен состоять из 8-10 предложений;

г) самая главная информация пресс-релиза должна быть собрана в последнем абзаце.

4. После проведенной пресс-конференции сотрудникам пресс-службы предприятия нужно распространить среди журналистов материалы, предназначенные для максимально полного информирования журналистов и ответов на наиболее вероятные вопросы прессы (фотографии, чертежи и др.). Какой медиадокумент следует использовать в этом случае?

а) пресс-релиз;

б) заявление для прессы;

в) факт-лист;

г) пресс-кит.

5. Руководитель предприятия посчитал нужным опровергнуть недостоверную информацию

Согласована на портале № 44568

о деятельности его предприятия, появившуюся в СМИ. Какой документ в этом случае следует составить сотрудникам пресс-службы?

а) коммюнике;

б) бэкграундер;

в) заявление;

г) медиа-кит.

6. На атомной станции во время пусконаладочных работ произошла нештатная ситуация: при проверке труб из-за неисправности вылилось большое количество воды. Радиационной опасности это не несло, и о данном происшествии решили не говорить. Через несколько дней среди населения стали распространяться слухи о выбросе в атмосферу радиации и о том, что для защиты необходимо пить йод и т.д. Какие действия в сложившейся ситуации будут наиболее эффективны для того, чтобы успокоить население и погасить слухи?

а) нужно стараться, чтобы информация о происшествии не появлялась в СМИ;

б) представитель пресс-службы должен провести брифинг и разъяснить, что произошло;

в) следует провести «круглый стол» на телевидении, в ходе которого специалисты объяснят безопасность ситуации;

г) выпуск ежедневных пресс-релизов о положении дел на атомной станции и проведение экскурсий журналистов и представителей общественности на станцию.

7. Что относится к PR-методам коммуникации с акционерами?

а) выстраивание контактов с потребителями;

б) мониторинг общественного мнения;

в) составление ежегодных отчетов о деятельности организации;

г) повышение квалификации работников организации.

8. Где в обобщенном виде содержатся правила общения работников PR-служб с коллегами, журналистами?

а) нормах традиционной этики;

б) нормах индивидуальной морали;

в) кодексах поведения работников ПР-служб;

г) подзаконных правовых актах, утвержденных исполнительной властью.

9. Что из перечисленного можно отнести к внутренней информации?

а) методические разработки, технологии, программы ПР-деятельности;

б) статьи и сообщения в интернете;

в) использование «канала слухов» в обществе;

г) материалы СМИ.

10. Какой компонент должна обязательно включать работа по связям с общественностью на местном уровне?

а) достаточный бюджет;

б) поддержку иностранного капитала;

в) высокую степень доверия населения;

г) многоканальные коммуникации.

11. При планировании каких действий может применяться формула RACE?

а) в избирательных кампаниях;

б) в бизнесе;

в) в органах государственной власти;

г) в любых информационных кампаниях.

12. Какое официальное сообщение правительства о международных соглашениях, переговорах, договорах и т.п. предлагается журналистам после саммитов глав государств, встреч на высшем уровне, на пресс-конференциях, проводимых правительственными структурами?

а) бэкграундер;

б) пресс-клуб (пресс-пул);

в) коммюнике;

г) пресс-кит.

13. В каком случаях проводится пресс-конференция?

а) по случаю юбилея компании;

Согласована на портале № 44568

б) в случае если у организации отсутствуют налаженные отношения со средствами массовой информации;

в) если в организации имеется пресс-служба;

г) в случае кризисной ситуации, которая может иметь широкий общественный резонанс.

14. Какое утверждение соответствуют правилам проведения информационных мероприятий для журналистов?

а) на пресс-конференции вопросы со стороны журналистов не предусмотрены;

б) обычная продолжительность пресс-конференции – от 10 до 20 минут;

в) на пресс-конференции не обязательно присутствие «первого лица» организации, проводить ее может представитель пресс-службы;

г) проводить брифинг можно стоя, не рассаживая журналистов.

15. Что не входит в перечень конкретных направлений деятельности ПР-служб в органах государственного и муниципального управления?

а) изучение общественного мнения о ведомстве;

б) анализ общественной реакции на действия должностных лиц и органов власти;

в) информирование общественности о существе принимаемых решений;

г) представительство интересов социальных групп в органах законодательной и исполнительной власти.

16. Как называют тактику, при которой десятки тысяч людей одновременно, в течение нескольких дней, засыпают парламентариев письмами и факсами, сообщениями через Интернет, телефонными звонками на одну и ту же тему, сходного содержания и направленными на решение одной проблемы?

а) прямого лоббирования;

б) непрямого лоббирования;

в) лоббирования «у корней травы»;

г) тактика «выжженной земли».

17. Руководителю организации необходимо донести оперативную информацию текущего характера до представителей средств массовой информации; при этом планируется встреча продолжительностью до 30 минут, без вопросов со стороны журналистов. Какое мероприятие следует провести?

а) презентация;

б) бэкграундер;

в) брифинг;

г) пресс-конференция.

18. Что относится к первому этапу формирования корпоративного имиджа?

а) разработка стратегии действий соответствующих служб организации;

б) конструирование образа организации;

в) контроль, корректировка промежуточных результатов;

г) выявление представлений об организации.

19. В какой последовательности этапов следует проводит PR-кампанию?

а) планирование PR-кампании - определение PR-проблемы - выбор общественных групп - проведение PR-кампании - анализ эффективности PR-кампании;

б) планирование PR-кампании - анализ эффективности - определение PR-проблемы - выбор общественных групп - проведение PR-кампании;

в) определение PR-проблемы - выбор общественных групп – планирование PR-кампании - проведение PR-кампании - анализ эффективности PR кампании;

г) анализ эффективности PR - определение PR-проблемы - выбор общественных групп - планирование PR-кампании - проведение PR-кампании.

20. Что означает понятие «директ-мэйл»?

а) веб-сайт директора компании;

б) прямая рассылка писем по предварительно выбранным адресам;

в) электронное письмо другу;

г) электронный адрес.

Согласована на портале № 44568

14.1.2. Экзаменационные тесты

Приведены примеры типовых заданий из банка экзаменационных тестов, составленных по пройденным разделам дисциплины.

Вопрос 1

Исторически связи с общественностью использовались:

1) для целенаправленного продвижения товаров или услуг на массовый рынок ради увеличения объемов продаж (прибыли);

2) изучения общественного мнения о политическом лидере, коммерческой организации или продукте (услуге);

3) целенаправленного распространения определенных ценностей и идеалов ради расширения и укрепления сферы влияния;

4) устранения конкурентов в политических дебатах или выборах.

Вопрос 2

В основе пропаганды лежит стремление:

1) к продвижению товара с наименьшими затратами;

2) заразить своими идеями;

3) создания памятников правителей;

4) к перевербовке противников;

5) к обретению единомышленников;

6) к проведению перформансов.

Вопрос 3

Настенные живописные картины, используемые в Средние века как средства визуальной коммуникации, совмещали в себе функции:

1) рекламы;

2) эстетического воспитания;

3) агитации;

4) пропаганды;

5) политического образования.

Вопрос 4

Направление связей с общественностью, специализирующееся на управлении процессом адекватного восприятия сообщений аудиторией называется:

1) Public Relations (PR);

2) Message Management;

3) Corporate Affairs;

4) Special Events.

Вопрос 5

KPI расшифровывается как

1) критические пики активности;

2) ключевые показатели эффективности;

3) коммуникационные показатели интенсивности;

4) коммуникационные показатели эффективности.

Вопрос 6

Показатель, отражающий рекламную стоимость статей, эфиров, публикаций и т. п. – всего того, что клиент получил в результате PR-кампании?

1. Аудитория кампании.

2. ROI.

3. Savings.

4. AVE.

Вопрос 7

Торговая марка, имеющая эмоционально-оценочное содержание:

1) коммуникация;

2) бренд;

3) логотип;

4) лозунг.

Согласована на портале № 44568

Вопрос 8

CRM-агентства специализируются:

1) на формировании специальных коммуникаций;

2) формировании рекламной продукции;

3) управлении общественно-политическими сообществами;

4) управлении взаимоотношениями с клиентами.

Вопрос 9

Комплекс маркетинговых коммуникаций иначе называется:

1) комплекс продвижения;

2) связи с общественностью;

3) формирование коммуникаций;

4) FMCG.

Вопрос 10

Мерчандайзинг – это:

1) выкладка товара в соответствии со стандартами, оформление мест продаж;

2) стимулирование розничных торговцев (акции для розничных торговцев);

3) инструмент для проверки и анализа качества обслуживания клиентов, добросовестности персонала;

4) коммуникации личного характера (Face to Face).

Вопрос 11

«Тайный покупатель» – это:

1) выкладка товара в соответствии со стандартами, оформление мест продаж;

2) стимулирование розничных торговцев (акции для розничных торговцев);

3) инструмент для проверки и анализа качества обслуживания клиентов, добросовестности персонала;

4) коммуникации личного характера (Face to Face).

Вопрос 12

Функция управления, которая отвечает за контроль и координацию работы, осуществляемая в сфере коммуникаций в различных направлениях, таких как отношения со СМИ, общественно-политические коммуникации и внутренние коммуникации:

1) формирование коммуникационных сообщений;

2) управление маркетингом;

3) внешняя коммуникация;

4) корпоративная коммуникация.

Вопрос 13

Как иначе можно называть стейкхолдеров?

1. Передатчики рекламных сообщений.

2. Заинтересованные стороны.

3. Конкуренты на определенном рынке.

4. Рекламные агентства.

Вопрос 14

В чем принципиальное отличие пропаганды от политических коммуникаций?

1. Первые не применяются в политической сфере.

2. Пропаганда характеризуется двухсторонними коммуникациями.

3. Данные понятия являются синонимами.

4. Первые не имеют обратной связи (кроме финального события).

Вопрос 15

Политические каналы коммуникации:

1) СМИ;

2) программы;

3) социальные сети;

4) политические события.

Вопрос 16

Назовите главную особенность политических коммуникаций.

Согласована на портале № 44568

1. Они выстраиваются между государственными органам и гражданами.
2. Из всех видов коммуникаций они наиболее эффективны.
3. Они связаны с выборами.
4. Главным источником коммуникационного сообщения выступает Президент.

Вопрос 17

Основной аудиторией у политических сил являются:

1) лидеры общественного мнения;
2) горожане;
3) граждане РФ;
4) избиратели.

Вопрос 18

Пресс-материал, содержащий информацию текущего, событийного характера (новость, не являющуюся сенсацией) (например, о предстоящем дне открытых дверей):

1) медиа-кит;
2) кейс-история;
3) бэкграундер;
4) форма «вопрос-ответ».

Вопрос 19

Охраняются ли авторским правом программы для ЭВМ и базы данных?

1. Нет.
2. Только некоторые.
3. Нормы законодательства этого не устанавливают.
4. Да.

Вопрос 20

Могут ли государственные учреждения проводить тендеры на оказание PR-услуг?

1. Нет.
2. Нет, если услуга связана с выстраиванием GR-коммуникаций.
3. Да, но это не регламентируется законодательством РФ.
4. Да.

14.1.3. Темы контрольных работ

Варианты темы PR-кампаний для контрольной работы

1. Формирование позитивного образа России за рубежом.
2. Взаимодействие со СМИ в кризисных ситуациях (для конкретной кризисной ситуации).
3. Организация специальных мероприятий (юбилеи и т. п.) для конкретной организации.
4. Организация и PR-сопровождение научно-практических конференций, выставок и т. п.
5. Поддержка конкретных творческих или детских организаций.
6. Сопровождение целевых программ и программ социально-экономического развития (например, целевая программа энергосбережения предусматривает пропаганду рачительного отношения к тепловой и электроэнергии).
7. Создание привлекательного имиджа конкретной организации.
8. Организация PR-мероприятий с целью стимулирования уплаты налогов (в конкретном регионе).
9. Организация PR-мероприятий с целью пропаганды экономии электроэнергии или воды (в конкретном регионе).
10. Организация PR-мероприятий с целью пропаганды охраны природы.
11. Выпуск (выход) на рынок новой продукции или услуги.
12. Популяризация решений органов власти.
13. Кризисный PR при конкретном стихийном бедствии (комитет по ГО и ЧС).
14. Кризисный PR при конкретной экологической проблеме.
15. Кризисный PR при угрозе банкротства для конкретной организации.
16. Кризисный PR при забастовке персонала организации.
17. Кризисный PR при остановке производства или его угрозе.
18. Кризисный PR при конкретном теракте, аварии (ограблении банка и т. п.).
19. Власть и СМИ: информационные конфликты в кризисных ситуациях.

Согласована на портале № 44568

20. Планирование и организация связей с населением в органах государственной власти.

14.1.4. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

- чтение или просмотр материала необходимо осуществлять медленно, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;
- если в тексте встречаются термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;
- необходимо осмысливать прочитанное и изученное, отвечать на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия в форме вебинаров. Расписание вебинаров публикуется в кабинете студента на сайте Университета. Запись вебинара публикуется в электронном курсе по дисциплине.

14.2. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 14.

Таблица 14 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами исходя из состояния обучающегося на момент проверки

14.3. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

Согласована на портале № 44568

– в печатной форме;
– в печатной форме с увеличенным шрифтом;
– в форме электронного документа;
– методом чтения ассистентом задания вслух;
– предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

– письменно на бумаге;
– набор ответов на компьютере;
– набор ответов с использованием услуг ассистента;
– представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 44568