МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ П. В. Сенченко
«___» _____ 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: **5**
Семестр: **9**
Учебный план набора 2020 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	9 семестр	Всего	Единицы
1	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	12	12	часов
2	Часы на контрольные работы	2	2	часов
3	Самостоятельная работа	126	126	часов
4	Всего (без экзамена)	140	140	часов
5	Подготовка и сдача зачета	4	4	часов
6	Общая трудоемкость	144	144	часов
			4.0	З.Е.

Контрольные работы: 9 семестр - 1
Зачёт с оценкой: 9 семестр

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко П.В.
Должность: Проректор по УР
Дата подписания: 18.12.2019
Уникальный программный ключ:
a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Томск

Согласована на портале № 52152

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 332 от «10» 12 2019 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. АОИ	_____	Ю. В. Морозова
ст. преподаватель каф. АОИ	_____	Н. В. Ермакова

Заведующий обеспечивающей каф. АОИ	_____	А. А. Сидоров

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан ФДО	_____	И. П. Черкашина
Заведующий выпускающей каф. АОИ	_____	А. А. Сидоров

Эксперты:

Доцент кафедры автоматизации обработки информации (АОИ)	_____	А. А. Сидоров
Старший преподаватель кафедры технологий электронного обучения (ТЭО)	_____	А. В. Гураков

Согласована на портале № 52152

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.03.12) относится к блоку 1 (базовая часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Деловые коммуникации, Исследование социально-экономических и политических процессов, Социальная психология.

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
		9 семестр
Контактная работа (всего)	12	12
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	12	12
Часы на контрольные работы (всего)	2	2
Самостоятельная работа (всего)	126	126
Подготовка к контрольным работам	12	12

Согласована на портале № 52152

Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	114	114
Всего (без экзамена)	140	140
Подготовка и сдача зачета	4	4
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	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
9 семестр				
1 Исторические аспекты становления и развития связей с общественностью. Генезис представления о предмете PR. Характеристика основных подходов к классификации PR	2	20	22	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	19	21	ОПК-4
Итого за семестр	12	126	140	
Итого	12	126	140	

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
9 семестр			

Согласована на портале № 52152

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 № 52152

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
Предшествующие дисциплины					
1 Деловые коммуникации		+	+	+	
2 Исследование социально-экономических и политических процессов			+	+	+
3 Социальная психология	+	+	+	+	

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	Сам. раб.	
ОПК-4	+	+	Контрольная работа, Проверка контрольных работ, Тест, Зачёт с оценкой

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП.

7. Лабораторные работы

Не предусмотрено РУП.

8. Часы на контрольные работы

Часы на контрольные работы приведены в таблице 8.1.

Таблица 8.1 – Часы на контрольные работы

№	Вид контрольной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
9 семестр			
1	Контрольная работа	2	ОПК-4

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

Согласована на портале № 52152

9 семестр				
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	20	ОПК-4	Зачёт с оценкой, Тест
	Итого	20		
2 PR и интегрированные маркетинговые коммуникации. Корпоративные коммуникации. Кризисные коммуникации.Пропаганда и политические коммуникации	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	28	ОПК-4	Зачёт с оценкой, Контрольная работа, Тест
	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	Зачёт с оценкой, Контрольная работа, Тест
	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	Зачёт с оценкой, Контрольная работа, Тест
	Подготовка к контрольным работам	4		
	Итого	28		
5 Организационная структура PR-деятельности. Будущее PR. Новые тенденции	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	19	ОПК-4	Зачёт с оценкой, Тест
	Итого	19		

Согласована на портале № 52152

и технологии				
	Выполнение контрольной работы	2	ОПК-4	Контрольная работа
Итого за семестр		126		
	Подготовка и сдача зачета	4		Зачёт с оценкой
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://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-412842 (дата обращения: 23.09.2021).

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://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-415970#page/1 (дата обращения: 23.09.2021).

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: 23.09.2021).

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

3. Малаховская Е. К. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: методические указания по организации самостоятельной работы для студентов заочной формы обучения направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий/ Е. К. Малаховская, А.А. Сидоров. – Томск : ФДО, ТУСУР, 2018. Доступ из личного кабинета студента. — Режим доступа: https://study.tusur.ru/study/library (дата обращения: 23.09.2021).

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:

Согласована на портале № 52152

– 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 https://study.tusur.ru/study/download/)
2. eLIBRARY.RU: www.elibrary.ru
3. ЭБС «Юрайт»: https://urait.ru (доступ из личного кабинета студента)

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:

– 7-zip (с возможностью удаленного доступа)
– Google Chrome
– Microsoft Windows
– OpenOffice (с возможностью удаленного доступа)
– 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.

Согласована на портале № 52152

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 звукоусиливающей 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?

Согласована на портале № 52152

а) пресс-релиз;

б) заявление для прессы;

в) факт-лист;

г) пресс-кит.

5. Руководитель предприятия посчитал нужным опровергнуть недостоверную информацию 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;

Согласована на портале № 52152

б) пресс-клуб (пресс-пул);

в) коммюнике;

г) пресс-кит.

13. В каком случаях проводится пресс-конференция?

а) по случаю юбилея компании;

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»?

Согласована на портале № 52152

а) веб-сайт директора компании;

б) прямая рассылка писем по предварительно выбранным адресам;

в) электронное письмо другу;

г) электронный адрес.

14.1.2. Темы контрольных работ

Связи с общественностью в органах власти.

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.

14.1.3. Вопросы для зачёта с оценкой

Приведены примеры типовых заданий из банка контрольных 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;

Согласована на портале № 52152

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.

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.

Согласована на портале № 52152

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.
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.

14.1.4. 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

Согласована на портале № 52152

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:

- 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

Согласована на портале № 52152

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 № 52152