

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Самарский государственный аграрный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Врио проректора по учебной и
воспитательной работе
доцент С.В. Краснов



«17»

[Handwritten signature]

2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление общественными отношениями»

Направление подготовки: **38.03.04 Государственное
и муниципальное управление**

Профиль подготовки: **Муниципальное управление**

Название кафедры: **Менеджмент и маркетинг**

Квалификация (степень) выпускника: **бакалавр**

Форма обучения: **очная, очно-заочная, заочная**

Кинель 2021

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Управление общественными отношениями» является формирование системы компетенций в области общественных коммуникаций для формирования практических навыков применения принципов публич рилейшнз в структуре органов государственной власти управления.

Указанная цель достигается путем решения следующих задач:

- формирование фундаментальных знаний о функциях и принципах ПР -технологий по взаимодействию с различными контактными аудиториями, правовых основах ПР- деятельности;
- выработка навыков подготовки и проведения ПР -кампании, принципах и моделях создания ПР -служб в организациях;
- овладение навыками подготовки организационных документов для создания ПР- службы, подготовки проекта ПР- кампании, управления деятельностью по связям с общественностью;
- формирование представления о специфических функциях и методах работы служб по связям с общественностью и реализации их в государственном и муниципальном управлении;
- овладение навыками выполнения работы по изучению общественного мнения, отношений и ожиданий общественности, подготовки методических и информационных материалов для посторонних участников делового процесса.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.0.30 «Управление общественными отношениями» относится к дисциплинам обязательной части первого блока.

Дисциплина изучается в 5 семестре на III курсе при очной и заочной форме обучения и в 8 семестре на IV курсе при очно-заочной форме обучения.

3 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ / ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (в соответствии с ФГОС ВО и требованиями к результатам освоения ОПОП).

Код компетенции	Результаты освоения ОПОП (Содержание компетенций)	Индикаторы достижения результатов обучения по дисциплине
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1/УК-4 Знает принципы построения устного и письменного высказывания на русском и иностранном языках; ИД-2/УК-4 Способен применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках; ИД-3/УК-4 Владеет навыками перевода текстов с иностранного языка на русский язык и обратно, составления суждений в межличностном деловом общении на русском и иностранном языках.

ОПК-7	Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	ИД-1/ОПК-7 Осуществляет внутриорганизационные и межведомственные коммуникации; ИД-2/ОПК-7 Обеспечивает взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.
ПК-4	Владеет базовыми технологиями формирования общественного мнения	ИД-1/ПК-4 Способен осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; ИД-2/ПК-4 Осуществляет межличностные, групповые и организационные коммуникации
ПК-14	Способен осуществлять организацию деловых контактов и протокольных мероприятий	ИД-1/ПК-14 Составление пресс-релизов; ИД-2/ПК-14 Работает в режиме многозадачности; ИД-3/ПК-14 Обладает навыками правильного составления и оформления документов.

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

для очной формы обучения

Вид учебной работы		Трудоемкость дисциплины, ч		Семестр (кол-во недель в семестре)
		Всего часов	Объем контактной работы	5 (18)
Аудиторная контактная работа (всего)		54	54	54
в том числе:	Лекции (Л)	36	36	36
	Практические занятия (ПЗ)	18	18	18
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в том числе:		54	-	54
СРС в семестре:	Изучение лекционного материала	26	-	26
	Подготовка к практическим занятиям	24	-	24
СРС в сессию:	зачет	4	-	4
Вид промежуточной аттестации (зачет)		зачет	0,25	зачет

Общая трудоемкость, ч.	108	54,25	108
Общая трудоемкость, зачетные единицы	3	-	3

для очно-заочной формы обучения

Вид учебной работы		Трудоемкость дисциплины		Семестры (кол-во недель в семестре)
		Всего часов	Объем контактной работы	8 (3)
Аудиторная контактная работа (всего)		20	20	20
в том числе:	Лекции	10	10	10
	Практические занятия	10	10	10
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в том числе:		88	0,25	80
СРС в семестре:	Изучение лекционного материала	44	-	44
	Подготовка к практическим занятиям	40	-	40
СРС в сессию:	Зачет	4	0,25	4
Вид промежуточной аттестации (зачет)		зачет	-	зачет
Общая трудоемкость, ч.		108	20,25	108
Общая трудоемкость, зачетные единицы		3	-	3

для заочной формы обучения

Вид учебной работы		Трудоемкость дисциплины, ч		Семестр (кол-во недель в семестре)
		Всего часов	Объем контактной работы	5 (3)
Аудиторная контактная работа (всего)		14	14	14
в том числе:	Лекции	8	8	8
	Практические занятия	6	6	6
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в том числе:		94	0,25	94
СРС в семестре:	Изучение лекционного материала	46	-	46
	Подготовка к практическим занятиям	44	-	44
СРС в сессию:	Зачет	4	-	4
Вид промежуточной аттестации (зачет)		зачет	0,25	зачет
Общая трудоемкость, ч.		108	14,25	108
Общая трудоемкость, зачетные единицы		3	-	3

4.2 Тематический план лекционных занятий для очной формы обучения

№ п/п	Темы лекционных занятий	Трудоемкость, ч.
1	Теоретические основы управления общественными отношениями	6
2	Технологии управления общественными отношениями	6
3	Формирование персонального имиджа управленца. Корпоративный имидж организации.	6
4	Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда.	6
5	Политический PR: «белые» и «черные» избирательные технологии.	6
6	Управление кризисной ситуацией. Роль PR в преодолении кризисной ситуации.	6
Всего:		36

для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Темы лекционных занятий	Трудоемкость, ч.
1	Теоретические основы управления общественными отношениями	2
2	Формирование персонального имиджа управленца. Корпоративный имидж организации.	2
3	Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда.	2
4	Политический PR: «белые» и «черные» избирательные технологии.	2
5	Управление кризисной ситуацией. Роль PR в преодолении кризисной ситуации.	2
Всего:		10

для заочной формы обучения

№ п/п	Темы лекционных занятий	Трудоемкость, ч.
1	Теоретические основы управления общественными отношениями	2
2	Формирование персонального имиджа управленца. Корпоративный имидж организации.	2
3	Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда.	2
4	Политический PR: «белые» и «черные» избирательные технологии.	2
Всего:		8

4.3 Тематический план практических занятий

для очной формы обучения

№ п/п	Темы практических занятий	Трудоемкость, ч.
1	Управление общественными отношениями: понятие, направления, принципы.	3
2	Манипуляция в связях с общественностью: понятие и техники манипуляции.	3
3	Структура персонального имиджа управленца: персональные,	3

	социальные, символические характеристики и их продвижение. Фирменный стиль корпоративного имиджа организации: основные элементы.	
4	Мониторинг СМИ как инструмент PR.	3
5	Политический PR: «чистые и грязные технологии».	3
6	PR в кризисных ситуациях. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций.	3
Всего:		18

для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Темы практических занятий	Трудоемкость, ч.
1	Управление общественными отношениями: понятие, направления, принципы.	2
2	Структура персонального имиджа управленца: персональные, социальные, символические характеристики и их продвижение. Фирменный стиль корпоративного имиджа организации: основные элементы.	2
3	Мониторинг СМИ как инструмент PR.	2
4	Политический PR: «чистые и грязные технологии».	2
5	PR в кризисных ситуациях. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций.	2
Всего:		10

для заочной формы обучения

№ п/п	Темы практических занятий	Трудоемкость, ч.
1	Управление общественными отношениями: понятие, направления, принципы.	1
2	Структура персонального имиджа управленца: персональные, социальные, символические характеристики и их продвижение. Фирменный стиль корпоративного имиджа организации: основные элементы.	2
3	Мониторинг СМИ как инструмент PR.	1
4	Политический PR: «чистые и грязные технологии».	2
Всего:		6

4.4 Тематический план лабораторных работ

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

4.5 Самостоятельная работа

для очной формы обучения

Вид самостоятельной работы	Название (содержание работы)	Объем акад. час.
----------------------------	------------------------------	------------------

Изучение лекционного материала	Осмысление и закрепление теоретического материала в соответствии с содержанием лекционных занятий	26
Подготовка к практическим занятиям	Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы, поиск и сбор информации по дисциплине в периодических печатных и интернет-изданиях, на официальных сайтах	24
Зачет	Повторение и закрепление изученного материала	4
ИТОГО		54

для очно-заочной формы обучения

Вид самостоятельной работы	Название (содержание работы)	Объем акад. час.
Изучение лекционного материала	Осмысление и закрепление теоретического материала в соответствии с содержанием лекционных занятий	44
Подготовка к практическим занятиям	Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы, поиск и сбор информации по дисциплине в периодических печатных и интернет-изданиях, на официальных сайтах	40
Зачет	Повторение и закрепление изученного материала	4
ИТОГО		88

для заочной формы обучения

Вид самостоятельной работы	Название (содержание работы)	Объем акад. час.
Изучение лекционного материала	Осмысление и закрепление теоретического материала в соответствии с содержанием лекционных занятий	46
Подготовка к практическим занятиям	Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы, поиск и сбор информации по дисциплине в периодических печатных и интернет-изданиях, на официальных сайтах	44
Зачет	Повторение и закрепление изученного материала	4
ИТОГО		94

5 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины необходимо начать с ознакомления с рабочей программой. Особое внимание следует обратить на вопросы, выносимые для самостоятельного изучения. В тезисах лекций представлен теоретический материал по дисциплине согласно рабочему плану, в конце приведены вопросы для контроля знаний.

Изучая дисциплину необходимо равномерно распределять время на проработку лекций, самостоятельную работу по выполнению практических работ, самостоятельную работу по подготовке к практическим занятиям. Вопросы теоретического курса, вынесенные на самостоятельное изучение, наиболее целесообразно осваивать сразу после прочитанной лекции, составляя конспект по вопросу в тетради с лекционным материалом.

Если при изучении дисциплины у обучающегося возникают вопросы, то их можно обсудить на консультациях под руководством преподавателя.

Специфика дисциплины заключается в том, что помимо изучения теоретических вопросов, обучающемуся необходимо приобрести практические навыки, связанные с основами технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы и технологией формирования общественного мнения.

При работе с литературой следует обратить внимание на источники основной и дополнительной литературы, приведенные в рабочей программе. Для большего представления о дисциплине возможно ознакомление с периодическими изданиями последних лет и Интернет-источниками.

При подготовке к зачету следует обратить внимание на следующие моменты: зачет проводится в устной форме, при подготовке лучше структурировать и конспектировать материал.

6 ОСНОВНАЯ, ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

6.1 Основная литература:

6.1.1. Перминова, М.С. Социология общественных связей и отношений [Электронный ресурс] : практикум / Оренбургский гос. ун-т, М.С. Перминова .— Оренбург : Университет, 2015 .— 103 с. — ISBN 978-5-7410-1286-4 .— Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/363376>

6.1.2. Алехин Э.В. Управление общественными отношениями: [Электронный ресурс] Учебник. - Пенза. Изд-во ПГУ, 2012. - 198 с Режим доступа: <http://window.edu.ru/resource/857/78857>

6.2 Дополнительная литература:

6.2.1. Алехин Э.В. Управление общественными отношениями: [Электронный ресурс] Методическое пособие. - Пенза: Пенз. гос. ун-т, 2007. - 172с. Режим доступа: <http://window.edu.ru/resource/937/37937>

6.2.2. Дубенкова, М.В. Связи с общественностью: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.В. Дубенкова .— Архангельск : Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова, 2014 .— 90 с. — ISBN 978-5-261-00881-1 .— Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/549548>

6.3 Программное обеспечение:

Использование специального программного обеспечения не предусмотрено.

6.4 Перечень информационно-справочных систем и профессиональных баз данных:

6.4.1. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система «Консультант Плюс»

6.4.2. <https://www.garant.ru/> - информационно-правовой портал «Гарант»

6.4.3. www.elibrary.ru – Научная электронная библиотека.

7 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, ауд. 3232. <i>Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.</i>	Учебная аудитория на 24 посадочных места, укомплектованная специализированной мебелью (столы, стулья, учебная доска) и техническими средствами обучения (переносной проектор, переносной ноутбук, экран)

2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, ауд. 3239. <i>Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.</i>	Учебная аудитория на 30 посадочных мест, укомплектованная специализированной мебелью (столы, стулья, учебная доска) и техническими средствами обучения (переносной проектор, переносной ноутбук, экран)
3	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, ауд. 3241. <i>Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.</i>	Учебная аудитория на 14 посадочных места, укомплектованная специализированной мебелью (столы, лавки, учебная доска, компьютерные столы, стулья), компьютерной техникой (12 рабочих станций) и техническими средствами обучения (переносной проектор, переносной ноутбук, экран)
4	Помещение для самостоятельной работы, ауд. 3310а (читальный зал). <i>Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.</i>	Помещение на 6 посадочных мест, укомплектованное специализированной мебелью (компьютерные столы, стулья) и оснащенное компьютерной техникой (6 рабочих станций), подключенной к сети «Интернет» и обеспечивающей доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.
5	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, ауд. 3203б. <i>Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.</i>	Специальный инструмент и инвентарь для учебного оборудования: кисточки для очистки компьютеров и комплектующих, спирт, комплектующие и расходные материалы.

8 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1 Виды и формы контроля по дисциплине

Контроль уровня усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных навыков (владений) осуществляется в рамках текущего и промежуточного контроля в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся.

Текущий контроль освоения компетенций по дисциплине проводится при изучении теоретического материала, выполнении заданий на практических занятиях. Текущему контролю подлежат посещаемость обучающимися аудиторных занятий и работа на занятиях.

Итоговой оценкой освоения компетенций является промежуточная аттестация в форме зачета, проводимая с учетом результатов текущего контроля в 5 семестре на III курсе очной и заочной форм обучения и в 8 семестре на IV курсе очно-заочной формы.

8.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Оценочные средства для проведения текущей аттестации

Тестовые задания по курсу «Управление общественными отношениями»

1. Определите понятие «Связи с общественностью». Что это?
 - а) коммуникации в обществе;
 - б) работа средств массовой информации (СМИ);
 - в) отношения между элементами социальной структуры;
 - г) коммуникации между субъектом и социальной средой, помогающие укреплению доверия.

2. Когда и где возникли связи с общественностью?
 - а) до новой эры в Древней Греции;
 - б) в период образования суверенных национальных государств;
 - в) в начале XX века в Европе;
 - г) в конце XIX века в США.

3. Что такое общественность?
 - а) элементы социальной структуры;
 - б) социальная среда;
 - в) общественные настроения;
 - г) люди, составляющие аудиторию.

4. Что входит в понятие «структура общества в современной России»?
 - а) социальные институты (государство, церковь, экономика);
 - б) классы и социальные группы (рабочий класс, крестьянство, интеллигенция);
 - в) представители различных этносов (русские, татары, дагестанцы, евреи);
 - г) устойчивые связи между всеми перечисленными выше элементами.

5. Что такое общественное мнение?
 - а) твердо устоявшаяся система понятий по какой-либо проблеме;
 - б) неустойчивые представления и взгляды большой группы людей;
 - в) рекомендуемая государством позиция по определенному вопросу;
 - г) желание исключительно всех членов общества.

6. Какие методы изучения общественного мнения можно считать социологическими?
 - а) работа с письмами населения;
 - б) анкетирование и опрос;
 - в) изучение настроений людей социальными психологами;
 - г) анализ статистических данных.

7. Каким образом реклама помогает укреплению общественных связей?
 - а) информированием о высоком качестве продукции;
 - б) воспитанием тонкого вкуса у населения,
 - в) помогает фирме (организации) приобрести известность;
 - г) помогает рекламодателю занять прочное место на рынке.

8. Что такое коммуникация?
 - а) информация о чем-либо;
 - б) транспортная артерия,
 - в) связь между элементами структуры;
 - г) объединение людей в целостную общность.

9. Что такое «имидж»?
 - а) известность;
 - б) внешний вид;
 - в) желательная модель лучшего будущего,

- г) образ субъекта, воспринимаемый другими.
10. С помощью чего формируется имидж?
- а) с помощью исторических сведений;
 - б) поведением в обществе;
 - в) информацией;
 - г) социологическими исследованиями.
11. В чем специфика связей с общественностью в бизнесе?
- а) В их ориентированности на торговлю и сбыт продукции;
 - б) в том, что они помогают обманым действиям,
 - в) в укреплении отношений между организациями;
 - г) в укреплении отношений доверия между производителями и потребителями.
12. Какими способами можно управлять информацией в обществе?
- а) дозированием;
 - б) помехами в организации СМИ как юридических лиц;
 - в) формированием фирмой собственного информационного потока;
 - г) преувеличением значимости отдельных деталей,
 - д) умалчиванием.
13. Как можно сконструировать или усилить новость?
- а) поднять шумиху вокруг отдельного события;
 - б) организовывать игру-угадайку вокруг новости в СМИ;
 - в) провести опрос мнений людей по телефону;
 - г) обосновать новость как общественно значимую проблему;
 - д) организовать демократические дебаты на телевидении.
14. Что лежит в основе деятельности средств массовой информации?
- а) прибыль самих СМИ;
 - б) укрепление доверия в обществе;
 - в) стремление к сенсациям;
 - г) конфронтация с властью;
 - д) обман населения.
15. Каковы цели и задачи пресс-конференции?
- а) регулярная встреча с журналистами,
 - б) оповещение о какой-либо новости;
 - в) разъяснение позиции фирмы (организации, частного лица) по важному вопросу;
 - г) информирование о состоянии дел внутри организации.
16. Что такое пресс-тур?
- а) организованный выезд журналистов в регион с целью ознакомления их с работой организации или местных органов власти;
 - б) туристическая поездка журналистов;
 - в) ряд последовательно проведенных пресс-конференций,
 - г) пресс-конференция в дипломатическом представительстве.
17. Что такое пресс-релиз?
- а) короткая информация о товаре;
 - б) краткое сообщение о мероприятии с приглашением на него журналистов;
 - в) инструктивное письмо для представителей прессы и общественности,

- г) статья с сообщением сведений о фирме (организации).
18. Что такое кризис в обществе?
- а) обычный конфликт в обществе;
 - б) ухудшение отношений между организациями или личностями;
 - в) нахождение общественных отношений и связей в тупике;
 - г) разложение социальной структуры.
19. Какими способами можно уладить конфликт или преодолеть кризис?
- а) удовлетворением материальных интересов сторон;
 - б) активными разъяснительными выступлениями руководителей;
 - в) назначением специальной комиссии, состоящей из экспертов;
 - г) выведением на чистую воду зачинщиков конфликта или кризиса.
20. Что такое стратегическое планирование PR-деятельности?
- а) определение будущего положения фирмы (организации) на рынок товаров и услуг;
 - б) формирование принципов поведения фирмы или отдельного лица;
 - в) процесс определения того, какой главной цели фирма (организация) хочет достичь в обозримом будущем;
 - г) формулирование задач для отдела связей с общественностью в разных областях деятельности фирмы (организации).
21. Как можно привлечь инвестиции с помощью PR?
- а) рассылкой пресс-релизов в крупные фирмы;
 - б) сбором информации о потенциальном инвесторе;
 - в) публикацией ряда статей о благоприятно инвестиционном климате в стране;
 - г) разработкой инвестиционного меморандума для потенциального инвестора.
22. Что такое фанд-райзинг?
- а) поиск делового партнера;
 - б) путешествие с целью открытия нового;
 - в) поиск средств для осуществления проектов;
 - г) бизнес, связанный с продвижением товара.
23. В чем состоит задача PR-служб в государственных структурах?
- а) в оперативной информации журналистов,
 - б) в проведении социологических исследований среди населения;
 - в) в сборе информации;
 - г) в разработке PR-стратегии для государственного органа и анализе ее выполнения.
24. В чем специфика PR-деятельности в коммерческих структурах?
- а) в направленности на благотворительность;
 - б) в формировании благоприятного имиджа компании;
 - в) в контактах с налоговыми органами;
 - г) в направленности ее на изучение рынка.
25. Что такое фасилитация?
- а) искажение данных;
 - б) политика доверия по отношению к клиентам;
 - в) посредническая деятельность с целью выработки приемлемых решений;
 - г) организация миссий посещения.

25. Что такое "мозговая атака"?
- а) способ генерации идей;
 - б) групповая разработка изощенной модели деятельности;
 - в) встреча интеллектуалов для критики кого-либо;
 - г) усиленное исследование какой-либо проблемы.
26. Что такое медиация?
- а) разработка плана будущих действий;
 - б) работа со средствами массовой информации;
 - в) конфиденциальная беседа по заранее подготовленному плану;
 - г) процедура вмешательства в конфликт с целью благоприятного его разрешения.
27. Что определяет фирменный стиль?
- а) товарный знак;
 - б) манера поведения сотрудников фирмы;
 - в) способ подачи рекламы;
 - г) использование единых принципов оформления для всех форм работы фирмы.
28. Что называется презентацией?
- а) планирование долговременного проекта;
 - б) подарок для фирмы;
 - в) представление общественности какого-либо товара или лица;
 - г) проведение культурного мероприятия.
29. С какой целью проводится "круглый стол"?
- а) с целью совещания между узким кругом единомышленников;
 - б) для обмена мнениями по текущим вопросам;
 - в) для обсуждения заранее объявленной темы с целью ознакомления с дискуссией широкого круга общественности;
 - г) для встречи с журналистами.

Критерии оценки тестирования:

- оценка «зачтено» выставляется обучающимся, если они свободно владеют материалом, терминами и понятиями, изученными по дисциплине и дают правильный ответ более, чем на половину вопросов, представленных в тестовом задании по определенной теме;

- оценка «не зачтено» выставляется обучающимся, не владеющим основополагающими знаниями по поставленным вопросам, не ориентирующимся в основных понятиях, и дают правильный ответ менее, чем на половину вопросов, представленных в тестовом задании по теме.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Зачет по дисциплине проводится по вопросам.

Перечень вопросов к зачету

- 1) Управление общественными отношениями: понятие, направления, принципы.
- 2) Задачи и виды управления общественными отношениями.
- 3) Становление и развитие управления общественными отношениями в России.
- 4) Нормы международного права о PR– деятельности.
- 5) Российское законодательство о PR– деятельности.
- 6) Коммуникация: понятие, виды, функции.

- 7) Особенности рациональной коммуникации, механизм осуществления.
- 8) Спонтанная коммуникация: понятие, особенности.
- 9) Убеждающая коммуникация, модульная схема убеждающей коммуникации.
- 10) Манипуляция в связях с общественностью: понятие и техники манипуляции.
- 11) Пропаганда: понятие и особенности.
- 12) Внутренний PR. Цели и основные методы.
- 13) Персональный имидж управленца: понятие, свойства, функции, типы, назначение.
- 14) Структура персонального имиджа управленца: персональные, социальные, символические характеристики и их продвижение.
- 15) Алгоритм формирования персонального имиджа управленца.
- 16) Корпоративный имидж организации: понятие и задачи.
- 17) Фирменный стиль корпоративного имиджа организации: основные элементы.
- 18) Медиарилейшенз: понятие, структура особенности.
- 19) Реклама на телевидении: история, функции, особенности.
- 20) Реклама на радио: история, функции, особенности.
- 21) Мониторинг СМИ как инструмент PR.
- 22) Общие принципы и контент-анализ.
- 23) Реклама в печатных СМИ: история, функции, особенности.
- 24) Реклама в Интернет пространстве: история, функции, особенности.
- 25) Рассылка пресс-релизов: анонс релиз.
- 26) Корпоративный сайт как инструмент PR.
- 27) Современные технологии связей с общественностью: причины появления, виды.
- 28) Общественное мнение: сущность, пути воздействия.
- 29) Лоббизм и его основные этапы. Особенности западного и российского лоббизма.
- 30) Лоббизм в связях с общественностью. Понятие групп интересов (групп давления), их виды.
- 31) Патронаж как вид благотворительной деятельности.
- 32) Политический PR: «чистые и грязные технологии».
- 33) PR в кризисных ситуациях. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций.
- 34) Социальная реклама: понятие, особенности, задачи.
- 35) Спонсорство как вид благотворительной деятельности.
- 36) Особенности проведения благотворительности как социального PR.
- 37) PR в избирательной кампании использование «черных» избирательных технологий.
- 38) PR в избирательной кампании: использование «белых» технологий.
- 39) Брендинг в связях с общественностью: понятие, свойства.
- 40) Информационное общество и информационная культура.
- 41) Специальные мероприятия организации, создание информационного повода.
- 42) Интервью как инструмент PR.

Критерии и шкала оценки за устный ответ на зачете

Зачет проставляется обучающимся по следующим критериям:

- оценка «зачтено» выставляется обучающимся, если вопросы раскрыты, изложены логично, уровень его знаний по дисциплине достаточен для формирования общекультурных и профессиональных компетенций, показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, продемонстрирована способность использовать сведения из различных источников в реальных условиях; допускаются несущественные ошибки и пробелы в знаниях, а также, если уровень знаний обучающегося достаточен для выполнения стандартных действий и решений (проставляется обучающемуся, освоившему, как минимум, все компетенции на базовом уровне);

- оценка «не зачтено» выставляется, если уровень знаний обучающегося недостаточен для освоения изучаемой дисциплины, если он неуверенно ориентируется в рекомендуемой литературе, неуверенно или неполно отвечает на дополнительные вопросы и не способен решать предложенные задачи.

8.3 Критерии оценивания уровня сформированности компетенций

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов знать, уметь, владеть заявленных дисциплинарных компетенций проводится по 2-х бальной шкале оценивания путем выборочного контроля во время зачета.

Шкала оценивания зачета

Результат зачета	Критерии
«зачтено»	Обучающийся отвечает на вопрос полно и развернуто, четко формулирует определения, касающиеся вопроса, подтверждает свой ответ фактическими примерами
«не зачтено»	Обучающийся неправильно формулирует основные определения, касающиеся вопроса, или вообще не может их дать, не подтверждает свой ответ фактическими примерами

8.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по дисциплине проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

Контроль текущей успеваемости обучающихся – текущая аттестация – проводится в ходе семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний; формирования у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях (решение тестовых заданий);
- по результатам проверки качества конспектов лекций и иных материалов;
- по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самоподготовки, по имеющимся задолженностям.

Контроль за выполнением обучающимися каждого вида работ может осуществляться поэтапно и служит основанием для предварительной аттестации по дисциплине.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС по направлению подготовки в форме зачета.

Зачет проводится после завершения изучения дисциплины в объеме рабочей учебной программы. Форма проведения зачета определяется кафедрой (устный – по билетам, либо путем собеседования по вопросам; письменная работа, тестирование и др.). Оценка по результатам зачета – «зачтено» и «не зачтено».

Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:


1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

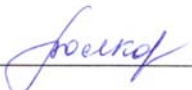
№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	Зачет	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций обучающегося. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практико-ориентированными заданиями.	Комплект вопросов к зачету

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО).


Рабочую программу разработал:

доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»
канд. экон. наук, доцент _____  Н.Н. Галенко

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»
4 мая 2021 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой
канд. экон. наук, доцент _____  А.Г. Волконская

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии
экономического факультета
канд. экон. наук _____  Н.Н. Липатова

Руководитель ОПОП ВО
канд. экон. наук, доцент _____  М.Н. Купряева

Начальник УМУ
канд. техн. наук, доцент _____  С.В. Краснов

