

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю  
Декан факультета истории и  
международных отношений



О.И. Амурская  
«30» августа 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ**

Уровень основной профессиональной образовательной программы:  
магистратура

Направление подготовки: 41.04.04 Политология

Направленность (профиль) подготовки - Государственная политика и  
управление

Форма обучения: очная

Срок освоения ОПОП – 2 года

Факультет истории и международных отношений

Кафедра политологии

Рязань 2019

## ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Управление общественными отношениями» являются формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО, комплексов знаний, умений и владений о сущности общественных отношений, информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию доверительных отношений, организационных и коммуникационных связей с внутренней и внешней средой; с технологиями взаимодействия организаций различного типа со средствами массовой информации (СМИ).

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина «Управление общественными отношениями» относится к вариативной части Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

- политическое управление
- психология управления
- современные проблемы управления персоналом

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- итоговая государственная аттестация (государственный экзамен и защита выпускной квалификационной работы)

## 2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

| № п/п | Номер/индекс компетенции | Содержание компетенции (или ее части)   | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине<br>В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:   |   |  |
|-------|--------------------------|---|---|---|--|
|       |                          |   | Знать   | Уметь   | Владеть  |
| 1     | 2                        | 3   | 4   | 5   | 6  |
| 1.    | ОК -3                    | готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала   | теории саморазвития для решения стратегических и оперативных задач; теории мотивации для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики; теории лидерства и власти для организации принципов формирования команды | осуществлять межличностные коммуникации с использованием творческого потенциала; использовать групповые и организационные коммуникации для саморазвития | навыками поведения в коллективе; навыками общения с гражданами в соответствии с использованием творческого потенциала; навыками построения позитивного профессионального имиджа. |
| 2.    | ОПК-3                    | владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способность грамотно излагать мысли на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в устной и письменной речи | основы делового общения; основы переписки и публичных выступлений; технологии проведения переговоров и совещаний  | вести переговоры, совещания; осуществлять деловую переписку; использовать электронные коммуникации  | навыками грамотно излагать мысли в устной и письменной речи; навыками осуществления деловой переписки; использовать электронные коммуникации                                     |

| Профессиональные компетенции |       |  |   |   |  |
|------------------------------|-------|--|---|---|--|
| 3                            | ПК-13 | способность к организации политических кампаний и управлению ими, владение избирательными технологиями | систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей; технологии организации политических кампаний; инструменты и механизмы управления политическими кампаниями и избирательными технологиями | применять знания о коммуникативных процессах; владеть необходимыми каналами массовой коммуникации, СМИ; применять особенности функционирования каналов массовой коммуникации в современном мире | способностью применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при формировании общественного мнения, управления сознанием и поведением людей в проведении информационных кампаний, разрабатывать план коммуникационного воздействия на аудиторию, реализовывать его и отслеживать результаты воздействия |

## 2.5 Карта компетенций дисциплины

| КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ  |   |                      |                         |                           |                             |
|---|---|----------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Управление общественными отношениями                      |   |                      |                         |                           |                             |
| Цель дисциплины   | формирование необходимых знаний о структуре и основных функциях общественных отношений; основ теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыков по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа и благоприятного мнения о репутации организации; объяснить информационные процессы в обществе. |                      |                         |                           |                             |
| В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие |   |                      |                         |                           |                             |
| Общекультурные компетенции:   |   |                      |                         |                           |                             |
| КОМПЕТЕНЦИИ   |   | Перечень компонентов | Технологии формирования | Форма оценочного средства | Уровни освоения компетенции |
| ИНДЕКС  | ФОРМУЛИРОВКА  |                      |                         |                           |                             |

|               |  |  |                                    |  |   |
|---------------|--|--|------------------------------------|--|---|
| <p>ОК - 3</p> | <p>готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p> | <p><u>Знать:</u><br/>теории саморазвития для решения стратегических и оперативных задач;<br/>теории мотивации для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики; теории лидерства и власти для организации принципов формирования команды<br/><u>Уметь:</u><br/>осуществлять межличностные коммуникации с использованием творческого потенциала; использовать групповые и организационные коммуникации для саморазвития<br/><u>Владеть:</u><br/>навыками поведения в коллективе; навыками общения с гражданами в соответствии с использованием творческого потенциала; навыками</p> | <p>Лекции, семинарские занятия</p> | <p>Собеседование, реферат, экзамен</p> | <p><b>ПОРОГОВЫЙ</b><br/>знать теории мотивации, саморазвития, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды</p> <p><b>ПОВЫШЕННЫЙ</b><br/>Уметь осуществлять межличностные коммуникации с использованием творческого потенциала; использовать групповые и организационные коммуникации для саморазвития. Владеть навыками поведения в коллективе; навыками общения с гражданами в соответствии с использованием творческого потенциала; навыками построения позитивного профессионального имиджа.</p> |
|---------------|--|--|------------------------------------|--|---|

|                              |  |   |                                |                                    |   |
|------------------------------|--|---|--------------------------------|------------------------------------|---|
|                              |  | построения<br>позитивного<br>профессионального<br>имиджа.   |                                |                                    |   |
| ОПК - 3                      | владение навыками<br>осуществления<br>эффективной<br>коммуникации в<br>профессиональной<br>среде, способность<br>грамотно излагать<br>мысли на<br>государственном<br>языке Российской<br>Федерации и<br>иностранном языке в<br>устной и письменной<br>речи | <u>Знать:</u><br>основы делового<br>общения; основы<br>переписки и<br>публичных<br>выступлений;<br>технологии<br>проведения<br>переговоров и<br>совещаний<br><u>Уметь:</u><br>вести переговоры,<br>совещания;<br>осуществлять деловую<br>переписку;<br>использовать<br>электронные<br>коммуникации<br><u>Владеть:</u><br>навыками грамотно<br>излагать мысли в<br>устной и письменной<br>речи; навыками<br>осуществления<br>деловой переписки;<br>использовать<br>электронные<br>коммуникации | Лекции, семинарские<br>занятия | Собеседование,<br>реферат, экзамен | <b>ПОРОГОВЫЙ</b><br>Знать основы делового<br>общения; основы<br>переписки и публичных<br>выступлений<br>Уметь вести переговоры,<br>совещания;<br>осуществлять деловую<br>переписку.<br>Владеть навыками<br>грамотно излагать мысли в<br>устной и письменной речи<br><br><b>ПОВЫШЕННЫЙ</b><br>Знать технологии<br>проведения переговоров и<br>совещаний<br>Уметь использовать<br>электронные<br>коммуникации.<br>Владеть навыками<br>осуществления деловой<br>переписки;<br>использовать электронные<br>коммуникации |
| Профессиональные компетенции |  |   |                                |                                    |   |

|         |   |  |                                    |  |  |
|---------|---|--|------------------------------------|--|--|
| ПК - 13 | <p>способность к организации политических кампаний и управлению ими, владение избирательными технологиями</p> | <p><u>Знать:</u><br/>систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей; технологии организации политических кампаний; инструменты и механизмы управления политическими кампаниями и избирательными технологиями<br/><u>Уметь:</u><br/>применять знания о коммуникативных процессах; владеть необходимыми каналами массовой коммуникации, СМИ; применять особенности функционирования каналов массовой коммуникации в современном мире.<br/><u>Владеть:</u><br/>способностью применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при формировании</p> | <p>Лекции, семинарские занятия</p> | <p>Собеседование, реферат, экзамен</p> | <p><b>ПОРОГОВЫЙ</b><br/>Знать систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей.<br/>Уметь применять знания о коммуникативных процессах.<br/>Владеть способностью применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при формировании общественного мнения</p> <p><b>ПОВЫШЕННЫЙ</b><br/>Знать технологии организации политических кампаний; инструменты и механизмы управления политическими кампаниями и избирательными технологиями<br/>Уметь владеть необходимыми каналами массовой коммуникации, СМИ; применять особенности функционирования каналов массовой коммуникации в современном мире<br/>Владеть способами</p> |
|---------|---|--|------------------------------------|--|--|

|  |  |   |  |  |  |
|--|--|---|--|--|--|
|  |  | общественного<br>мнения, управления<br>сознанием и<br>поведением людей в<br>проведении<br>информационных<br>кампаний,<br>разрабатывать план<br>коммуникационного<br>воздействия на<br>аудиторию,<br>реализовывать его и<br>отслеживать<br>результаты<br>воздействия |  |  | управления сознанием и<br>поведением людей в<br>проведении<br>информационных<br>кампаний, разрабатывать<br>план коммуникационного<br>воздействия на<br>аудиторию, реализовывать<br>его и отслеживать<br>результаты воздействия |
|  |  |   |  |  |  |



## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

| Вид учебной работы   | Всего часов | Семестры |       |       |       |
|--|-------------|----------|-------|-------|-------|
|  |             | № 1      | № 2   | № 3   | № 4   |
|  |             | часов    | часов | часов | часов |
| 1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего) | 38          | -        | -     | 38    | -     |
| В том числе:   |             |          |       |       | -     |
| Лекции (Л)   | 18          | -        | -     | 18    | -     |
| Практические занятия (ПЗ), семинары (С)  | 20          | -        | -     | 20    | -     |
| Лабораторные работы (ЛР)   | -           | -        | -     | -     | -     |
| Самостоятельная работа студента (всего)  | 70          | -        | -     | 70    | -     |
| В том числе  |             | -        | -     |       | -     |
| <i>СРС в семестре</i>  | 70          | -        | -     | 70    | -     |
| Курсовая работа  | КП          | -        | -     | -     | -     |
|  | КР          | -        | -     | -     | -     |
| Другие виды СРС:   | -           | -        | -     | -     | -     |
| Подготовка к семинарским занятиям  | 30          | -        | -     | 30    | -     |
| Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы                     | 10          | -        | -     | 10    | -     |
| Написание рефератов  | 10          | -        | -     | 10    | -     |
| Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка докладов, рефератов и т.д.)   | 20          | -        | -     | 20    | -     |
| <i>СРС в период сессии</i>   |             | -        | -     |       | -     |
| Вид промежуточной аттестации   | зачет (З),  | -        | -     | -     | -     |
|  | экзамен (Э) | 36       | -     | -     | 36    |
|  |             | -        |       |       |       |
| ИТОГО: общая трудоемкость  | часов       | 144      | -     | -     | 144   |
|  | зач. ед.    | 4        | -     | -     | 4     |

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Содержание тем дисциплины

| № семестра | № раздела | Наименование раздела дисциплины   | Содержание раздела в дидактических единицах   |
|------------|-----------|---|---|
| 3          | 1         | <i>Теоретико-методологические основы управления общественными отношениями</i> | <p>Объект и предмет управления общественными отношениями. Научные теории в понимании объекта и предмета управления общественными отношениями. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (PR), информационные процессы в обществе и управлении. Основные сферы PR деятельности: профессиональные понятия, термины, задачи и требования. Этика и профессиональные стандарты в управлении общественными отношениями. Нормы международного права. Российское законодательство о PR деятельности. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста. Правовое обеспечение управления общественными отношениями. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы РФ о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Неформальные способы регулирования в области управления общественными отношениями: традиции, мораль, общественное мнение. Основные этапы развития управления общественными отношениями. Элементы PR в древности. Зарождение профессии PR в США. Распространение PR в Европе после второй мировой войны. Предпосылки появления PR в России и его особенности. Распространение практики управления общественными связями и отношениями в СНГ. Основные предпосылки развития общественных связей в постиндустриальном (информационном) обществе. Глобализация PR как профессиональной системы. Процесс создания глобальных международных PR-сетей. Роль управления общественными отношениями в современном гражданском обществе. Коммуникация как процесс обмена информацией. Модели, виды, функции коммуникации. Современные теории коммуникации. Схема коммуникации: определение, уточнение информации; кодирование информации (вербальное и невербальное). Убеждающая коммуникация. Модульная схема убеждающей коммуникации. Центральная тема убеждающей коммуникации. Сюжетные линии центральной темы. Роль коммуникации в общественном развитии, социально-экономической, политической, региональной и международной интеграции. СМИ как основной канал коммуникации. Понятие устной, печатной, аудиовизуальной коммуникации. Связи с общественностью и СМИ</p> |
|            |           | Управление общественными отношениями как наука и учебная дисциплина           |   |
|            |           | Правовые и этические основы регулирования PR- деятельности                    |   |
|            |           | Генезис становления и развития  |   |

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
|   |   | управления общественными отношениями                                | <p>как социальные институты. Их функции, цели и задачи в современном обществе. PR-деятельность в отношениях со СМИ и СМК. Понятия «информация» и «управление».</p> <p>Предоставление информационных услуг. Мониторинг СМИ и предоставляемой ими информации. СМИ как канал связей с общественностью. Место и роль телевидения и радиовещания в социальных коммуникациях. Содержание, функции и принципы деятельности. Формы подачи новостных материалов в прессе и электронных СМИ. Проблемы манипуляции, дезинформации, информационного вакуума в работе с массовой аудиторией. Виды информационных материалов, предоставляемых PR-отделами для непосредственной публикации в СМИ. Сущность и назначение PR-мероприятия. Основные этапы PR-мероприятий. Виды и организация PR-мероприятий: брифинги, презентации, конференции, экскурсии по предприятию. Сущность конференции, ее назначение. Этапы подготовки, организации и проведения конференции. Приглашение журналистов, представителей СМИ на мероприятие. Планирование освещения конференции в СМИ. Оценка эффективности PR-мероприятия. Составление пресс-релизов. Правила распространения пресс-релиза и его назначение. Создание специальных мероприятий, информационных поводов и освещение их в СМИ. Информационный повод: общая характеристика. Критерии выбора печатных СМИ.</p> |
|   |   | Управление общественными отношениями и СМИ: система взаимодействия. |   |
|   |   | Организационный PR: создание специальных мероприятий                |   |
| 3 | 2 | <i>Технологии управления общественными отношениями</i>              | <p>Формирование имиджа, структура, типология. Функции имиджа: коммуникативная, номинативная, эстетическая, адресная. Технологии формирования и модели имиджа организации. Имиджмейкинг. Желаемый имидж. Субъективный имидж. Объективный имидж. Идеальный имидж. Структура имиджа управленца: персональные характеристики; социальные характеристики; символистические характеристики. Технологии продвижения персональных качеств. Технологии продвижения социальных качеств. Технологии продвижения символических качеств. Алгоритм формирования имиджа управленца организации, основные этапы. Речь и риторика. Задачи корпоративного имиджа организации. Основные компоненты имиджа организации. Фирменный стиль организации и его элементы: логотип, графический товарный знак, цветовая гамма, фирменный шрифт, слоган, рекламный символ, музыкальная заставка, рекламная и сувенирная продукция. Изучение имиджей конкурентов. Позиционирование. Выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа организации. Понятие «бренд» и «брендинг». История создания и этапы формирования «бренда».</p>   |
|   |   | Формирование персонального имиджа управленца.                       |   |
|   |   | Корпоративный имидж организации                                     |   |
|   |   | Спичрайтинг и копирайтинг в общественных отношениях                 |   |
|   |   | Технологии публичного выступления                                   |   |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p>Политический PR: «белые» и «черные» избирательные технологии</p> | <p>«Бренд» и «торговая марка»: различия в понимании. Свойства бренда. Бренд-код: измерения бренда. Пятиуровневая система индивидуальности бренда: ядро индивидуальности бренда, миссия бренда и слоган, внешние черты, характер бренда; стиль рекламы. Назначение бренда, структура и функции.</p> <p>Копирайтинг и спичрайтинг, PR-текст. Происхождение спичрайтинга. Спичрайтерский текст. Проектирование текста. Объем текста. История развития профессии спичрайтера. Алгоритм написания спичрайтерского текста. Жанры PR-текста. Методы сбора информации при подготовке PR-текста. Классификация PR-текстов. Публичное выступление. Риторика. Основные приемы и техники эффективного публичного выступления. Этапы публичного выступления. Вербальная и невербальная коммуникация. Вступление, основная часть, заключение, вывод. Д. Карнеги: техники овладения аудиторией и публичного выступления. Подготовка к выступлению. План и текст выступления. Тезисы. Назначение речи. Объем выступления. Цитирование. Ответы на вопросы аудитории. Техники привлечения и удержания внимания слушателей. Управление общественными отношениями в кризисных и конфликтных ситуациях. Методы разрешения кризиса средствами PR. Правила общения с журналистами в кризисных условиях и снижении рейтинга организации. Информационная поддержка в период разрешения кризиса. Основные этапы реализации программы антикризисного управления. Контроль коммуникативных каналов в условиях кризиса. Особенности восприятия информации в условиях кризиса. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций. Причины появления новых технологий в PR-деятельности: экономические причины; модизация рынков; ратущие ожидания потребителей; глобальная конкуренция; возрастание значения услуг; кризис торговых марок; глобализация. Изменения медиарынка. Изменение моделей поведения общественности. Изменения в технологиях. Виды современных технологий: мобильный маркетинг, современные технологии информационного PR, пресс-релиз в сети Интернет, блоггинг.</p> |
|--|---|---|

## 2.2. Разделы дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

| № семестра | № раздела | Наименование раздела дисциплины  | Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах) |    |           |           |            | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) |
|------------|-----------|--|---|----|-----------|-----------|------------|--|
|            |           |  | Л   | ЛР | ПЗ/С      | СРС       | всего      |  |
|            | I         | <b><i>Теоретико-методологические основы управления общественными отношениями</i></b> | 10  | -  | 10        | 30        | 50         |  |
| 3          | 1.1       | Управление общественными отношениями как наука и учебная дисциплина                  | 2   | -  | 2         | 6         | 10         | 2 неделя<br>собеседование, реферат                         |
| 3          | 1.2       | Правовые и этические основы регулирования PR-деятельности                            | 2   | -  | 2         | 6         | 10         | 4 неделя<br>собеседование                                  |
| 3          | 1.3       | Генезис становления и развития управления общественными отношениями                  | 2   | -  | 2         | 6         | 10         | 6 неделя<br>собеседование                                  |
| 3          | 1.4       | Управление общественными отношениями и СМИ: система взаимодействия.                  | 2   | -  | 2         | 6         | 10         | 8 неделя<br>собеседование, реферат                         |
| 3          | 1.5       | Организационный PR: создание специальных мероприятий                                 | 2   | -  | 2         | 6         | 10         | 10 неделя<br>собеседование                                 |
|            | II        | <b><i>Технологии управления общественными отношениями</i></b>                        | 8   |    | 10        | 40        | 58         |  |
| 3          | 2.1       | Формирование персонального имиджа управленца. Корпоративный имидж организации        | 2   | -  | 4         | 10        | 16         | 12 неделя<br>собеседование                                 |
| 3          | 2.2       | Спичрайтинг и копирайтинг в общественных отношениях                                  | 2   | -  | 2         | 10        | 14         | 14-15 неделя<br>собеседование                              |
| 3          | 2.3       | Технологии публичного выступления  | 2   | -  | 2         | 10        | 14         | 17 неделя<br>собеседование                                 |
| 3          | 2.4       | Политический PR: «белые» и «черные» избирательные технологии                         | 2   |    | 2         | 10        | 14         | 18-20 неделя<br>собеседование, реферат                     |
|            |           | Экзамен  |   |    |           |           | 36         |  |
|            |           | Итого за семестр   | 18  | -  | 20        | 70        | 144        |  |
|            |           | <b>ИТОГО</b>   | <b>18</b>   |    | <b>20</b> | <b>70</b> | <b>144</b> |  |

## 2.3. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен.

2.4. Примерная тематика курсовых работ  
Курсовые работы не предусмотрены.

### 3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

#### 3.1. Виды СРС

| № семестра               | № раздела | Наименование раздела дисциплины  | Виды СРС   | Всего часов |
|--------------------------|-----------|--|--|-------------|
| 3                        | 1         | Теоретико-методологические основы управления общественными отношениями | Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы                   | 6           |
|                          |           |  | Работа с нормативно-правовыми актами   | 8           |
|                          |           |  | Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка докладов, рефератов и т.д.) | 8           |
|                          |           |  | Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям                           | 8           |
|                          |           |  | <i>Всего:</i>  | <i>30</i>   |
| 3                        | 2         | Технологии управления общественными отношениями                        | Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы                   | 10          |
|                          |           |  | Работа с нормативно-правовыми актами   | 10          |
|                          |           |  | Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка докладов, рефератов и т.д.) | 10          |
|                          |           |  | Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям                           | 10          |
|                          |           |  | <i>Всего:</i>  | <i>40</i>   |
| <i>ИТОГО в семестре:</i> |           |  |  | <i>70</i>   |
| <b>ИТОГО</b>             |           |  |  | <b>70</b>   |



### 3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Рабочая программа дисциплины «Управление общественными отношениями»
2. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов
3. Вопросы для проведения экзамена
4. Планы семинарских и практических занятий
5. Тематика рефератов и рекомендации по их выполнению

#### 3.3.1. Контрольные работы/рефераты

##### Методические рекомендации по выполнению и примерные темы рефератов

Важной составляющей самостоятельной работы является подготовка к практическим занятиям, в том числе в форме реферата.

Реферат представляет собой выдержки из использованных источников, однако не исключает самостоятельных выводов. Реферат требует глубокого изучения первоисточников, умения связывать их теоретические положения с современностью, проводить анализ.

Цель написания реферата состоит в том научить студентов связывать теорию с практикой, пользоваться литературой, статистическими данными, уметь популярно излагать сложные вопросы.

Лучшие рефераты служат основой для написания студенческих работ, представляемых на конкурс.

Слово «реферат» имеет два значения: с одной стороны, оно предполагает: краткое изложение реферируемой научной работы, книги, статьи. С другой — доклад на заданную тему, сделанный на основе критического обзора литературы и других источников. Рефераты студентов чаще соответствуют второму значению этого слова.

Работа студента над рефератом состоит из следующих этапов:

- выбор темы на основе тематики, разработанной кафедрой;
- накопление информационного материала;
- подготовка и написание реферата;
- защита реферата на семинаре или конференции.

Студенты очных форм обучения представляют реферат на кафедру в течение учебного года. Студенты-заочники — согласно учебному плану.

Реферат должен иметь следующую структуру:

- план,
- краткое введение,
- изложение основного содержания темы,
- заключение,
- список используемой литературы.



Разработка избранной темы начинается с ознакомления с соответствующей литературой. Но прежде, чем приступить к ее подбору, целесообразно наметить общий предварительный план реферата. Предварительный план реферата состоит обычно из трех-четырех вопросов, в процессе работы он уточняется и конкретизируется.

План - это логическая основа реферата, от правильного его составления во многом зависит структура, содержание, логическая связь частей. Целесообразно предварительно намеченный план реферата согласовать на консультации с преподавателем кафедры, ведущим семинарские занятия или читающим лекционный курс.

План не следует излишне детализировать, в нем перечисляются основные, центральные вопросы темы в логической последовательности. Главы можно не разбивать на параграфы. Перечень основных вопросов заканчивается заключением и краткими выводами, которые представляют обобщение важнейших положений, выдвинутых и рассмотренных в реферате.

Имея предварительный план, студент обращается к библиографии. Существенную помощь в ознакомлении с библиографией студенту могут оказать библиотечные каталоги (алфавитный, систематический, предметный), библиографические указатели (учетно-регистрационные, научно-вспомогательные, рекомендательные, критические), справочная литература (энциклопедии, словари, предметные указатели в трудах отдельных ученых-экономистов).

Определенную помощь могут оказать учебные и научные издания, в частности журналы, а также различные библиографические пособия. Кроме того, крупнейшие библиотеки страны, такие как Российская национальная библиотека, Государственная национальная библиотека, выпускают рекомендательные библиографические указатели.

При работе над рефератом необходимо внимательно изучить соответствующую теме литературу, включая монографии, статистические сборники, материалы, публикуемые, в том числе, в научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU. и др.

Источниками фактического материала могут служить статистические сборники, газеты, журналы.

Важным моментом является умение записывать информацию. Наиболее распространенными являются две формы записи и хранения материала – конспектирование и ведение картотеки. Они не исключают, а в ряде случаев дополняют друг друга.

Когда студент в достаточной степени накопил и изучил материал по соответствующей теме, он принимается за его систематизацию и разработку более полного плана реферата. Внимательно перечитывая свой конспект или записи на карточках, он располагает материал в той последовательности, которая представляется ему наиболее стройной и целесообразной. Одновременно студент фиксирует собственные мысли, которые он считает нужным изложить в тексте реферата.

Основному тексту в реферате предшествует введение. В нем необходимо показать значение, актуальность рассматриваемой проблемы, обоснованность

причины выбора темы. Кроме того, следует отметить, в каких произведениях известных ученых рассматривается изучаемая проблема, сформулировать основную задачу, которая ставится в реферате.

В основной части работы большое внимание следует уделить глубокому теоретическому освещению как темы в целом, так и отдельных ее вопросов, правильно увязать теоретические положения с практикой, конкретным фактическим цифровым материалом. Изложение должно осуществляться в соответствии с составленным планом.

Реферат должен быть написан ясным языком, без повторений, сокращений, противоречий между отдельными положениями.

Большое значение имеет правильное оформление реферата. На титульном листе необходимо указать название вуза, факультета, реферата, группу, свою фамилию и инициалы, фамилию научного руководителя. На следующем листе приводится план работы, план реферата с указанием страниц соответствующих разделов.

Реферат должен быть написан разборчиво. Приводимые в тексте цитаты из экономической литературы, а также статистические данные должны быть снабжены со ответствующими ссылками на источники, из которых они взяты, с указанием автора, названия работы, тома, страницы. Текст реферата пишется с одной стороны листа с оставлением полей, каждый пункт плана с новой страницы. Страницы должны быть пронумерованы. Объем реферата 10—15 страниц машинописного текста через 1,5 интервала.

В конце реферата приводится список используемой литературы, который составляется в следующей последовательности:

1. Официальные материалы (законы, указы).
2. Остальные использованные в реферате источники в алфавитном порядке фамилий авторов.

Подготовленный реферат, как правило, студентами дневного отделения защищается на семинарском занятии.

Целесообразно тезисы выступления, а точнее — обозначение разделов и подразделов реферата, сокращенное изложение основного материала (определение важнейших понятий, упоминание цифр и фактов, формулировка выводов) размножить и раздать студентам как материал для последующего обсуждения.

Заканчивая подготовку к выступлению с рефератом на семинарском занятии, полезно прочитать весь его текст «для себя». Это будет способствовать закреплению материала в памяти и позволит во время выступления либо совсем не заглядывать в конспект (план, текст), либо свести обращения к нему до минимума.

После обсуждения реферата в группе работа студента оценивается преподавателем и принимается решение о дальнейшей разработке этой темы автором для написания конкурсной работы.

Если реферат не засчитывается, то с учетом замечаний он должен быть переработан.

## Примерная тематика рефератов

1. История public relations: зарождение, основные этапы, предпосылки.
2. Определения public relations. Функции и принципы public relations.
3. Крупнейшие международные агентства и сети - PR-агентств
4. Современный специалист по публичным отношениям: функции и направления деятельности.
5. Образовательные программы в истории профессиональной подготовки специалистов по связям с общественностью.
6. Этические основы современного PR.
7. Организационные структуры публичных отношений
8. Внутренний PR. Цели и основные методы.
9. Коммуникативные инструменты внутреннего PR.
10. Общественное мнение: изучение общественного мнения.
11. Антикризисный PR.
12. Основные направления формирования корпоративной культуры.
13. Информационные базы данных, необходимые для обеспечения осуществления PR.
14. Компьютерная технология и современная оргтехника как фактор эффективности PR.
15. Корпоративный имидж: задачи, функции, назначение.
16. Фирменный стиль в продвижении имиджа организации.
17. Формы и организация лоббирования в связях с общественностью.
18. Благотворительность как инструмент публичных отношений.
19. Спонсорство как инструмент PR.
20. Выставочная деятельность: понятие и сущность.
21. Типология групп общественности.
22. Корпоративные издания как средство PR.
23. Корпоративные сайты как инструмент PR.
24. Структура пресс-релиза.
25. Пресс-кит: структура.
26. Медиа-карта как инструмент PR.
27. Биография как инструмент PR.
28. Интервью как инструмент PR.
29. Виды интервью в сфере PR. Правил подготовки.
30. Статья как инструмент PR.
31. Основные этапы и законы проведения пресс-конференции.
32. Неэтичные технологии в кампании. Коммуникации и манипулирование массовым сознанием.
33. Деятельность пресс-службы Президента РФ.
34. Деятельность пресс-службы Государственной думы РФ.
35. Применение креативных технологий в PR.
36. PR в социальных программах российского бизнеса.
37. Мониторинг СМИ как инструмент PR. Общие принципы и контент-анализ.

38.Материалы для прессы. Виды материалов. Общие правила составления и распространения.

39.Интернет как среда PR: характерные особенности и виды -PR коммуникаций.

40.PR в избирательной кампании: использование выборных технологий.

#### 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (см. Фонд оценочных средств)

##### 4.2. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине

Рейтинговая система в Университете не используется.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1.Основная литература

| № п/п | Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год   | Используется при изучении разделов | Семестр | Количество экземпляров |            |
|-------|--|------------------------------------|---------|------------------------|------------|
|       |  |                                    |         | В библиотеке           | На кафедре |
| 1     |  |                                    |         |                        |            |
| 1     | Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии: учебник / В.Ф. Кузнецов. – М.: Аспект-Пресс, 2008. – 302с. | 1-2                                | 3       | 23                     |            |

##### 5.2. Дополнительная литература

| № п/п | Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год | Используется при изучении разделов | Семестр | Количество экземпляров |            |
|-------|--|------------------------------------|---------|------------------------|------------|
|       |  |                                    |         | В библиотеке           | На кафедре |

|   |   |     |   |     |  |
|---|---|-----|---|-----|--|
| 1 | Протасова, О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс]: учебное пособие / О. Л. Протасова, Э. В. Бикбаева, М. Д. Наумова. – Тамбов: ТГТУ, 2015. - 83 с. - Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=445035">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=445035</a> | 1-2 | 3 | ЭБС |  |
| 2 | Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии [Текст]: учебное пособие / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - М.: Аспект Пресс, 2011. - 198 с.  | 1-2 | 3 | 5   |  |

### 5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Официальный сайт Президента России. - Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/>
2. Официальный сайт Совета Федерации РФ. - Режим доступа: <http://www.council.gov.ru/>
3. Официальный сайт Государственной Думы РФ. - Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru/>
4. Официальный сайт Российской Академии государственной службы при Президенте РФ. - Режим доступа: <http://www.rags.ru/>
5. Официальный сайт Государственный университет управления. - Режим доступа: <http://www.guu.ru/>
6. Официальный сайт Правительства Российской Федерации. - Режим доступа: <http://www.government.ru/>
7. Официальный сайт Правительства Рязанской области. - Режим доступа: <http://www.ryazanreg.ru/>
8. Официальный сайт Рязанской областной Думы. - Режим доступа: <http://www.duma.ryazan.net/>
9. Официальный сайт Администрации города Рязани. - Режим доступа: <http://www.admrzn.ru/>
10. Официальный сайт Рязанской городской Думы. - Режим доступа: <http://www.rgdrzn.ru/>
11. Информационно-поисковая система Консультант Плюс. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru> ([edu.consultant.ru](http://edu.consultant.ru))
12. Информационно-правовой портал «Гарант». - Режим доступа: <http://www.garant.ru/>
13. Университетская библиотека online. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>

### 5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплин:

1. Media Guide [Электронный ресурс]: база данных российских СМИ. – Режим доступа: <http://mediaguide.ru/>, свободный (дата обращения: 21.09.2019).
2. PRESS-RELEASE.RU [Электронный ресурс]: лента новостей. – Режим доступа: <http://www.press-release.ru/>, свободный (дата обращения: 01.10.2019).
3. QIP.RU [Электронный ресурс]: интернет-клуб связей с общественностью. – Режим доступа: <http://qip.ru/>, свободный (дата обращения: 01.10.2019).
4. Библиотека международной спортивной информации (БМСИ) [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <http://bmsi.ru/>, свободный (дата обращения: 01.10.2019).
5. ВЦИОМ (Всероссийский Центр изучения общественного мнения) [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <https://wciom.ru/>, свободный (дата обращения: 01.10.2019).
6. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены [Электронный ресурс]: сайт журнала. – Режим доступа: [https://wciom.ru/books\\_magazines/zhurnal\\_monitoring/arkhiv\\_vypuskov/](https://wciom.ru/books_magazines/zhurnal_monitoring/arkhiv_vypuskov/), свободный (дата обращения: 01.10.2019).
7. Пресс-служба [Электронный ресурс]: всероссийский специализированный журнал. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/>, свободный (дата обращения: 01.10.2019).
8. РАСО (Российская ассоциация по связям с общественностью) [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <https://www.raso.ru/>, свободный (дата обращения: 01.10.2019).
9. ФОМ (Фонд Общественное Мнение) [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <http://fom.ru/>, свободный (дата обращения: 01.10.2019).

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- 6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций – видеопроектор, экран настенный. Два компьютерных класса.
- 6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерных классах установлены средства MS Office: Word, Excel, Power Point и др.
- 6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствует.

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (Заполняется только для стандарта ФГОС ВПО)

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Пример указаний по видам учебных занятий приведен в виде таблицы

| Вид учебных занятий            | Организация деятельности студента   |
|--------------------------------|---|
| Лекция                         | <p>Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.</p>  |
| Практические занятия (семинар) | <p>Подготовка к каждому практическому занятию должна начинаться с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту можно самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме семинара и по возможности подготовить по нему презентацию. Если предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно).</p> <p>При подготовки к семинарским занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы.</p> <p>Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом</p> |

|   |  |
|---|--|
|   | (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме и др.   |
| Индивидуальные задания (защита /презентация выполненной работы) | Тема доклада (задания) должна соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Для подготовки презентации рекомендуется использовать: Microsoft PowerPoint. Четко сформулировать цель презентации. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут. |
| Контрольная работа  | Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.   |
| Подготовка к экзамену   | При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания.   |

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ:

- ПРОВЕРКА ДОМАШНИХ ЗАДАНИЙ И КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ ПОСРЕДСТВОМ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЫ.
- ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЛАЙД-ПРЕЗЕНТАЦИЙ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.

10. Требования к программному обеспечению учебного процесса:



## Перечень информационных технологий (лицензионное программное обеспечение, информационно-справочные системы)

| Название ПО                      | № лицензии                |
|----------------------------------|---------------------------|
| MS Windows Professional 7        | 60165713                  |
| MS Office Professional Plus 2010 | 60165713                  |
| LibreOffice                      | свободно распространяемая |
| 7-zip                            | свободно распространяемая |
| FastStoneImageViewer             | свободно распространяемая |
| FoxitReader                      | свободно распространяемая |
| doPdf                            | свободно распространяемая |
| VLC media player                 | свободно распространяемая |
| ImageBurn                        | свободно распространяемая |
| DjVu Browser Plug-in             | свободно распространяемая |

## 11. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ

### Планы семинарских занятий

#### *Раздел I. Теоретико-методологические основы управления общественными отношениями*

##### *Тема 1. Управление общественными отношениями как наука и учебная дисциплина*

1. Возникновение и развитие связей с общественностью. Предмет, структура, основные функции связей с общественностью
2. Многообразие определений PR. Теоретические подходы к пониманию PR.
3. Основные направления и принципы связей с общественностью (PR).
4. Содержание PR и отличие от таких понятий как реклама, пропаганда, манипуляция.

##### *Тема 2. Правовые и этические основы регулирования PR- деятельности*

1. Современные международные и национальные PR-ассоциации.
2. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
3. Российское законодательство о PR деятельности. Федеральные законы РФ о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Неформальные способы регулирования

в области связей с общественностью: традиции, мораль, общественное мнение.

4. Соотношение закона и морали в деятельности специалистов по связям с общественностью. Этические нормы и кодексы профессиональной чести.

*Тема 3. Генезис становления и развития управления общественными отношениями*

1. История становления и развития связей с общественностью в США
2. История становления и развития связей с общественностью в Западной Европе.
3. Становление и развитие связей с общественностью в России.

*Тема 4. Управление общественными отношениями и СМИ: система взаимодействия.*

1. Пресс-релиз: понятие, структура (формула SOLAADS) и виды.
2. Правила оформления, написания и распространения пресс-релизов.
3. Сущность конференции, ее назначение. Этапы подготовки, организации и проведения конференции.
4. Проведение брифинга: технология и этапы подготовки
5. Создание специальных мероприятий, информационных поводов и освещение их в СМИ.

*Тема 5. Организационный PR: создание специальных мероприятий*

1. Сущность и назначение PR-мероприятия.
2. Основные этапы, виды и организация PR-мероприятий.
3. Создание специальных мероприятий, информационных поводов и освещение их в СМИ.

## ***Раздел II. Технологии управления общественными отношениями***

*Тема 1. Формирование персонального имиджа руководителя. Корпоративный имидж организации*

1. Персональный имидж руководителя: структура, функции, типология.
2. Технологии формирования и модели имиджа руководителя.
3. Алгоритм формирования имиджа.
4. Корпоративный имидж организации: понятие, структура, функции.
5. Фирменный стиль и его основные компоненты.

*Тема 2. Спичрайтинг и копирайтинг в общественных отношениях*

1. Понятия «копирайтинг» и «спичрайтинг». Жанровая классификация и типология PR-текстов.

2. Происхождение спичрайтинга. История развития профессии спичрайтера в России и за рубежом.
3. Алгоритм написания текста публичного выступления. Публичная речь: жанры, задачи, особенности.

### *Тема 3. Технологии публичного выступления*

1. Д. Карнеги: техника публичного выступления. Основные правила выступления перед аудиторией.
2. Вступление, основная часть, заключение: особенности воспроизведения
3. Использование вербальных и невербальных средств в выступлении

### *Тема 4. Политический PR: «белые» и «черные» избирательные технологии*

1. Понятие политического PR и его основные виды
2. Использование манипулятивных технологий в политическом PR
3. «Черный PR»: технологии и виды

## **Вопросы для практических занятий**

### Раздел. 1.

#### *1. Управление общественными отношениями как наука и учебная дисциплина*

- 1) Каковы основные Модели, виды и функции коммуникации в связях с общественностью?
- 2) Каковы современные теории коммуникации?
- 3) Что такое рациональная модель коммуникативного воздействия?
- 4) Как выглядит схема коммуникации?
- 5) Что такое убеждающая коммуникация и центральный способ переработки информации.
- 6) Что такое «центральная тема» убеждающей коммуникации?
- 7) Какова роль коммуникации в связях с общественностью?

#### *2. Управление общественными отношениями и СМИ: система взаимодействия.*

- 1) Каковы функции, цели и задачи СМИ в современном обществе?
- 2) В чем заключается содержание и специфика информационной деятельности?
- 3) Назовите теории информационного общества.
- 4) Охарактеризуйте СМИ как канал связей с общественностью.
- 5) Охарактеризуйте процесс формирования четвертой власти в России. Место и роль телевидения и радиовещания в социальных коммуникациях.
- 6) Назовите формы подачи новостных материалов в прессе и электронных СМИ.
- 7) Назовите виды информационных материалов, предоставляемых PR-отделами

для непосредственной публикации в СМИ.

## Раздел 2.

### *1. Формирование персонального имиджа управленца. Корпоративный имидж организации*

- 1) Охарактеризуйте понятие «имиджмейкинг». В чем различия между «желаемым имиджем», «субъективным имиджем», «объективным имиджем»?
- 2) Какова структура имиджа управленца? Назовите персональные характеристики; социальные характеристики; символистические характеристики.
- 3) Что такое технология продвижения персональных качеств?
- 4) В чем заключается алгоритм формирования имиджа управленца организации, основные этапы.
- 5) Каковы задачи корпоративного имиджа организации?
- 6) Назовите основные компоненты имиджа организации.
- 7) Что такое фирменный стиль организации? Назовите его элементы
- 8) Охарактеризуйте понятие «Позиционирование». В чем заключается выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа организации?

### *2. Спичрайтинг и копирайтинг в общественных отношениях*

- 1) Каковы различия между «копирайтингом», «спичрайтингом», «PR-текстом»?
- 2) Каковы особенности спичрайтерского текста?
- 3) В чем заключается алгоритм написания спичрайтерского текста?
- 4) Назовите жанры и классификацию PR-текстов?
- 5) Каковы правила публичного выступления?
- 6) Назовите основные приемы и техники эффективного публичного выступления.
- 7) Охарактеризуйте этапы публичного выступления.
- 8) Назовите техники овладения аудиторией и публичного выступления Д.Карнеги.
- 9) В чем заключается подготовка к выступлению? Как составляется план и текст выступления?
- 10) В чем заключаются техники привлечения и удержания внимания слушателей?

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

*Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) для  
промежуточного контроля успеваемости*

| № п/п | Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)             | Код контролируемой компетенции) или её части) | Наименование оценочного средства |
|-------|---|---|----------------------------------|
| 1     | <i>Теоретико-методологические основы управления общественными отношениями</i> | ОК-3;<br>ОПК-3;<br>ПК-13                      | Экзамен                          |
| 1.2   | Управление общественными отношениями как наука и учебная дисциплина           |   |                                  |
| 1.3   | Правовые и этические основы регулирования PR- деятельности                    |   |                                  |
| 1.4   | Генезис становления и развития управления общественными отношениями           |   |                                  |
| 1.5   | Управление общественными отношениями и СМИ: система взаимодействия.           |   |                                  |
| 6     | Организационный PR: создание специальных мероприятий                          |   |                                  |
| 2     | <i>Технологии управления общественными отношениями</i>                        |   |                                  |
| 2.1   | Формирование персонального имиджа   |   |                                  |
| 2.2   | Спичрайтинг и копирайтинг в общественных отношениях                           |   |                                  |
| 2.3   | Технологии публичного выступления   |   |                                  |
| 2.4   | Политический PR: «белые» и «черные» избирательные технологии                  |   |                                  |

## ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Индекс компетенции  | Содержание компетенции  | Элементы компетенции  | Индекс элемента   |
|---|---|---|---|
| ОК-3  | готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала | знать   |   |
|   |   | 1. теории мотивации, саморазвития, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных задач    | ОК3 31  |
|   |   | 2. процессы групповой динамики для организации групповой работы   | ОК3 32  |
|   |   | 3. принципы формирования команд   | ОК4 33  |
|   |   | уметь   |   |
|   |   | 1. осуществлять межличностные коммуникации с использованием творческого потенциала                      | ОК3 У1  |
|   |   | 2. осуществлять групповые коммуникации  | ОК3 У2  |
|   |   | 3. осуществлять организационные коммуникации  | ОК3 У3  |
|   |   | владеть   |   |
|   |   | 1. навыками поведения в коллективе с гражданами в соответствии с использованием творческого потенциала; | ОК3 В1  |
|   |   | 2. навыками общения с гражданами;   | ОК3 В2  |
|   |   | 3. навыками построения позитивного профессионального имиджа.  | ОК3 В3  |
|   |   | ОПК-3   | владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способность грамотно излагать мысли на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в устной и письменной речи |
| 1. основы делового общения,   | ОПК3 31   |   |   |
| 2. основы переписки;  | ОПК3 32   |   |   |
| 3. основы публичных выступлений, проведения переговоров и совещаний | ОПК3 33   |   |   |
| уметь   |   |   |   |
| 1. вести переговоры, совещания;                                     | ОПК3 У1   |   |   |
| 2. осуществлять деловую переписку;                                  | ОПК3 У2   |   |   |
| 3. использовать электронные коммуникации                            | ОПК3 У3   |   |   |
| владеть   |   |   |   |

|       |  |  |         |
|-------|--|--|---------|
|       |  | 1. навыками грамотно излагать мысли в устной речи в профессиональной среде;  | ОПК3 В1 |
|       |  | 2. навыками грамотно излагать мысли в письменной речи;   | ОПК3 В2 |
|       |  | 3. навыками осуществления коммуникаций на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке.                              | ОПК3 В3 |
|       |  |  |         |
| ПК-13 | способность к организации политических кампаний и управлению ими, владение избирательными технологиями | знать  |         |
|       |  | 1. методы сбора необходимой информации;  | ПК13 З1 |
|       |  | 2. способы организации политических кампаний;  | ПК13 З2 |
|       |  | 3. избирательные технологии.   | ПК13 З3 |
|       |  | уметь  |         |
|       |  | 1. применять знания о коммуникативных процессах;   | ПК13 У1 |
|       |  | 2. применять знания о каналах массовой коммуникации;   | ПК13 У2 |
|       |  | 3. применять знания об особенностях функционирования СМИ в современном мире.   | ПК13 У3 |
|       |  | владеть  |         |
|       |  | 1. способностью применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при формировании общественного мнения;    | ПК13 В1 |
|       |  | 2. способностью управления сознанием и поведением людей в проведении информационных кампаний,  | ПК13 В2 |
|       |  | 3. способностью разрабатывать план коммуникационного воздействия на аудиторию, реализовывать его и отслеживать результаты воздействия. | ПК13 В3 |

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ (ЭКЗАМЕН)**

| № п/п | Содержание оценочного средства  | Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов |
|-------|---|---|
| 1     | Управление общественными отношениями: понятие, направления, принципы.   | ОК-3 31, ОПК-3 В1                             |
| 2     | Задачи и виды управления общественными отношениями.   | ОК-3 31, ОК-3 33, ОПК-3 В1                    |
| 3     | История становления и развития связей с общественностью в США и Западной Европе.                                    | ОК-3 31, ОПК-3 В1                             |
| 4     | Становление и развитие управления общественными отношениями в России.   | ОК-3 31, ОПК-3 В2                             |
| 5     | Нормы международного права о PR– деятельности.  | ОК-3 31, ОК-3 У2                              |
| 6     | Российское законодательство о PR– деятельности.   | ОК-3 31, ОК-3 В2, ОПК-3 33                    |
| 7     | Коммуникация: понятие, виды, функции.   | ОК-3 31, ОК-3 В3                              |
| 8     | Особенности рациональной коммуникации, механизм осуществления.  | ОК-3 У1                                       |
| 9     | Спонтанная коммуникация: понятие, особенности.  | ОК-3 У1, ПК-13 У1                             |
| 10    | Убеждающая коммуникация, модульная схема убеждающей коммуникации.   | ОК-3 У1, ПК-13 У3                             |
| 11    | Манипуляция в связях с общественностью: понятие и техники манипуляции.  | ОК-3 У1                                       |
| 12    | Пропаганда: понятие и особенности.  | ОК-3 У1                                       |
| 13    | Внутренний PR. Цели и основные методы.  | ОК-3 У1, ПК-У2                                |
| 14    | Персональный имидж управленца: понятие, свойства, функции, типы, назначение.  | ОК-3 33, ОК-3 У1                              |
| 15    | Структура персонального имиджа управленца: персональные, социальные, символические характеристики и их продвижение. | ОК-3 33, ОПК-3 31,                            |
| 16    | Алгоритм формирования персонального имиджа управленца.  | ОК-3 33, ОК-3 В3, ОПК-3 В3, ОПК-3 В1          |
| 17    | Корпоративный имидж организации: понятие и задачи.  | ОК-3 33, ОК-3 У2                              |
| 18    | Фирменный стиль корпоративного имиджа организации: основные элементы.   | ОК-3 33, ОК-3 У2, ОПК-1 У3                    |
| 19    | Медиарилейшенз: понятие, структура особенности.   | ОК-3 31, ОК-3 33, ОПК-1 В1, ОПК-1 В3          |
| 20    | Реклама на телевидении: история, функции, особенности.  | ОК-3 31, ОК-3 33, ОК-3 У2                     |
| 21    | Реклама на радио: история, функции, особенности.  | ОК-3 У2, ОПК-3 31, ОПК-3 В2, ОПК-3 В3         |



|    |  |  |
|----|--|--|
| 22 | Мониторинг СМИ как инструмент PR.  | ОК-3 У2, ОПК-3 31, ОПК-3 В2, ОПК-3 В3                  |
| 23 | Общие принципы и контент-анализ.   | ОК-3 У2, ОПК-3 31, ОПК-3 В2, ОПК-3 В3                  |
| 24 | Реклама в печатных СМИ: история, функции, особенности.                                       | ОК-3 У2, ОПК-3 31, ОПК-3 В2, ОПК-3 В3                  |
| 25 | Реклама в Интернет пространстве: история, функции, особенности.                              | ОК-3 У2, ОПК-3 31, ОПК-3 33, ОПК-3 В2, ОПК-3 В3,       |
| 26 | Публичное выступление: подготовка текста, техника публичного выступления.                    | ОК-3 У2, ОПК-3 У2                                      |
| 27 | Д. Карнеги: техника публичного выступления.  | ОК-3 33, ОК-3 У2, ОПК-3 В2                             |
| 28 | Подготовка текстов и речи для представителя субъекта ПР: копирайтинг и спичрайтинг.          | ОК-3 33, ОК-3 У2, ОПК-3 В2, ПК-13 В1                   |
| 29 | Публичная речь: жанры, задачи, особенности.  | ОК-3 33, ОК-3 У2, ОПК-3 В2, ПК-13 В2                   |
| 30 | Рассылка пресс-релизов: анонс релиз.   | ОК-3 33, ОК-3 У3, ОПК-3 В1                             |
| 31 | Рассылка пресс-релизов: ньюс-релиз.  | ОК-3 В1, ОПК-3 В1, ОПК-3 В3                            |
| 32 | Мероприятия, организуемые для журналистов: пресс-конференция: технология проведения          | ОК-4 В1, ОПК-1 33, ОПК-1 В3 ОПК-1 В3                   |
| 33 | Интервью как инструмент PR.  | ОК-3 31, ОК-3 33, ОК-3 У2, ОК-3 В3, ОПК-3 32, ОПК-3 33 |
| 34 | Мероприятия, организуемые для журналистов: брифинг и экскурсии по предприятию.               | ОК-3 33, ОК-3 У2, ПК-13 В1                             |
| 35 | Особенности проведения пресс-конференции и брифинга.   | ОК-3 33, ОК-3 У2, ПК-13 В3                             |
| 36 | Специальные мероприятия организации, создание информационного повода, ПР-акция, ньюсмейкинг. | ОК-3 33, ОК-3 У2                                       |
| 37 | Информационное общество и информационная культура.   | ОК-3 32, ОК-3 В2, ОПК-3 33, ОПК-3 У2                   |
| 38 | Брендинг в связях с общественностью: понятие, свойства.                                      | ОК-3 32, ОК-3 В2, ОПК-3 33, ОПК-3 У2                   |
| 39 | ПР в избирательной кампании: использование «белых» технологий.                               | ОК-3 32, ОК-3 В2, ОПК-3 33, ОПК-3                      |

|    |  |  |
|----|--|--|
|    |  | У2   |
| 40 | PR в избирательной кампании использование «черных» избирательных технологий.   | ОК-3 32, ОК-3 В2, ОПК-3 33, ОПК-3 У2           |
| 41 | Особенности проведения благотворительности как социального PR.   | ОК-3 32, ОК-3 В2, ОПК-3 33, ОПК-3 У2           |
| 42 | Спонсорство как вид благотворительной деятельности.  | ОК-3 32, ОК-3 В2, ОПК-3 33, ОПК-3 У2           |
| 43 | Патронаж как вид благотворительной деятельности. Корпоративные сайт как инструмент PR.   | ОК-3 32, ОК-3 В2, ОПК-3 33, ОПК-3 У2           |
| 44 | Социальная реклама: понятие, особенности, задачи.  | ОК-3 31, ОК-3 32, ОК-3 В3, ОПК-3 У1            |
| 45 | PR в кризисных ситуациях. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций. | ОК-3 31, ОК-3 32, ОК-3 В3, ОПК-3 У1            |
| 46 | Политический PR: «чистые и грязные технологии»   | ОК-3 31, ОК-3 32, ОК-3 В3, ОПК-3 У1            |
| 47 | Лоббизм в связях с общественностью. Понятие групп интересов (группдавления), их виды.  | ОК-3 33, ОК-3 В2, ОПК-3 33, ОПК-3 У2           |
| 48 | Лоббизм и его основные этапы. Особенности западного и российского лоббизма.  | ОК-3 33, ОК-3 В2, ОПК-3 33, ОПК-3 У2, ПК-13 В3 |
| 49 | Общественное мнение: сущность, пути воздействия.   | ОК-3 33, ОК-3 В2, ОПК-3 33, ОПК-3 У2, ПК-13 В1 |
| 50 | Современные технологии связей с общественностью: причины появления, виды.  | ОК-3 33, ОК-3 В2, ОПК-3 33, ОПК-3 У2, ПК-13 В2 |

## **ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

### **(Шкалы оценивания)**

Результаты выполнения обучающимся заданий на экзамене - по пятибалльной шкале (выбрать необходимое). В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций или их составляющих частей, формируемых на учебных занятиях по дисциплине «Управление общественными отношениями» (Таблица 2.5 рабочей программы дисциплины).

«Отлично (5)» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;

«Хорошо (4)» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

«Удовлетворительно (3)» - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ;

«Неудовлетворительно (2)» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.