

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ФИЛИАЛ ВГУЭС В Г. НАХОДКЕ

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

()
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

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

2019

Находка 2020

Рабочая программа дисциплины Связи с общественностью

составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление и Порядком организации и

осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017г. № 301)

Составитель(и):

Волынчук Яна Александровна, кандидат политических наук, доцент,
FrolovaJana@yandex.ru


Шумейко Ирина Константиновна

Утверждена на заседании кафедры Гуманитарных и социально-экономических дисциплин

18.03.2020 протокол № 7

Редакция _____ Утверждена на заседании кафедры Гуманитарных и социально-экономических дисциплин _____ протокол № _____

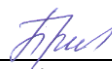
Заведующий кафедрой (разработчика)


_____ *подпись*

В.С. Просалова
фамилия, инициалы

« 18 » марта 20 20 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей)


_____ *подпись*

В.С. Просалова
фамилия, инициалы

« 18 » марта 20 20 г.

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Дисциплина «Связи с общественностью» (англоязычное название «Паблик рилейшнз» (PR)) – дополняет и существенно расширяет компетенции бакалавров в области современных методов взаимодействия с различными группами общественности.

Связи с общественностью (PR) – это особая функция управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и общественностью, решению различных проблем и задач в данной области; помогает руководству организации быть информированным об общественном мнении и вовремя реагировать на него; помогает руководству быть готовым к любым переменам и использовать их наиболее эффективно и др.

PR формирует умение оперативно реагировать на изменение общественного мнения, работая с информацией, использовать методы исследований запросов, настроений и потребностей целевой аудитории и разрабатывать и реализовывать экономически обоснованные PR-программы.

Дисциплина «Связи с общественностью» предполагает сочетание традиционных и активных методов обучения: чтение теоретической литературы, разбор структуры и хода реализации успешных PR-программ, написание тематических пресс-релизов, участие в деловой игре, позволяющей освоить процедурную технологию PR «мозговой штурм». Причины включения PR в программу обучения заключается в необходимости формирования бакалавров особой компетенции в области управления связями с общественностью при помощи современных PR-технологий.

Целью изучения дисциплины является освоение фундаментальных основ теории и практики связей с общественностью как самостоятельной функции управления в современном обществе.

Достижение этой цели предполагает решение в процессе обучения ряда взаимосвязанных задач:

1. формирование целостной системы представлений о направлениях, стратегиях и приемах деятельности специалистов по связям с общественностью в области организации и ведения PR-кампаний и PR-акций;
2. освоение принципов выделения и сегментирования целевой аудитории, исследования ее структуры и запросов, формирования у нее спроса на услуги, и создания имиджа, соответствующего потребностям рынка;
3. развитие навыков коммуникации;
4. отработка процедурных технологий PR по управлению информацией (составление пресс-релизов) и принятию коллективных решений.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Формируемые компетенции

Название ОПОП ВО (сокращенное название)	Компетенции	Название компетенции	Составляющие компетенции	
БГУ	ПК-8	владением основными технологиями формирования и	Знания:	основные теории и концепции, относящиеся к сфере

		продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения		формирования общественного мнения
			Умения:	формировать доверительный имидж государственного и муниципального служащего в том числе и в собственной профессиональной деятельности
			Владения:	навыками создания доверительного имиджа государственных служащих

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом.

3 Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Связи с общественностью» относится к одному из циклов вариативной части по выбору учебного плана.

Для успешного освоения курса студенты должны владеть компетенциями, полученными при изучении дисциплины: «Философия», «Этика», «Политология», «Психология».

На компетенциях, формируемых дисциплиной «Связи с общественностью» базируются дисциплины: «Прогнозирование и планирование», «Управление государственной и муниципальной собственностью», «Региональная экономика и управление».

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 3.

Таблица 3 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО (сокращенное название)	Форма обучения	Цикл	Семестр (ОФО) / Курс (ЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма промежуточной аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек	прак	лаб	ПА			КСР
38.03.04 ГМУ	ЗФО	Б.1.В.13	3	3	21	10	10		1		87	3

5 Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля)

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 4.

Таблица 4 – Структура дисциплины

№	Название темы	Вид занятия	Объем час	Кол-во часов в интерактивной и электронной форме	СРС
1	Библиотечно-информационная компетентность	Лекция			12
2	Сущность и содержание связей с общественностью	Лекция			12
		Практическое занятие			
3	История появления и развития связей с общественностью	Лекция	1		12
		Практическое занятие	1		
4	Службы связей с общественностью	Лекция	1		12
		Практическое занятие	1		
5	Правовые аспекты связей с общественностью	Лекция	1		13
		Практическое занятие	1		
6	Общественность в сфере публичных отношений	Лекция	0		13
		Практическое занятие	0		
7	Общественное мнение в сфере публичных отношений	Лекция	1		13
		Практическое занятие	1		
8	Коммуникация в сфере связей с общественностью	Лекция	1		13
		Практическое занятие	1		
9	Формирование имиджа в публичных отношениях	Лекция	1		13
		Практическое занятие	1		
10	Управление процессом связями с общественностью	Лекция	1		13
		Практическое занятие	1		
11	Публичные отношения в кризисных ситуациях	Лекция	1		13
		Практическое занятие/	1		
12	Цивилизованное лоббирование	Лекция	1		

		Практическое занятие	1		13
13	Технологии в связях с общественностью	Лекция	1		13
		Практическое занятие	1		

5.2 Содержание дисциплины (модуля)

Лекции

1. Тема Информационно-библиотечная компетентность (лекция)

Основные источники информации по дисциплине. Ознакомление с рабочей учебной программой по дисциплине. Ознакомление с базовыми учебниками по дисциплине. Ознакомление с периодическими изданиями, интернет-источниками. Разъяснение требований к выполнению заданий.

2. Тема Сущность и содержание связей с общественностью (лекция)

Место связей с общественностью в повседневной жизни. Определение понятия связей с общественностью. Принципы и функции связей с общественностью. Связи с общественностью и близкая к ним деятельность (пресс-посредничество, продвижение (промоушн), общественные дела, паблисити, реклама, маркетинг, торговля).

3. Тема История появления и развития связей с общественностью (лекция)

Зарождение профессии паблик рилейшнз. Институционализация в США. Первые PR-фирмы, первые профессионалы-пиармены. Использование связей с общественностью частными компаниями и государственными органами. Создание научных основ и укрепление статуса паблик рилейшнз. Эпоха Франклина Рузвельта: паблик рилейшнз в действии. Общие причины становления и развития паблик рилейшнз в США. Глобализация паблик рилейшнз как профессиональной системы. Состояние связей с общественностью в Российской Федерации.

4. Тема Службы связей с общественностью (лекция)

Направления деятельности служб по связям с общественностью. Роль и функции служб связей с общественностью. Организационная структура PR -службы.

Статус и стиль деятельности менеджера по связям с общественностью. Личностные и деловые качества PR –менеджера.

Субординация и организационные схемы подразделений связей с общественностью. Консультативная фирма связей с общественностью. Интеграция функций подразделений и консультационных фирм связей с общественностью.

5. Тема Правовые аспекты связей с общественностью (лекция)

Нормы международного права о связях с общественностью. Российское законодательство о PR- деятельности.

6. Тема Общественность в сфере паблик рилейшнз (лекция)

Понятие общественности. Ситуативный подход в определении целевых групп общественности. Способы определения целевых групп общественности. Ключевые категории общественности. Приоритетные группы общественности.

7. Тема Общественное мнение в сфере паблик рилейшнз (лекция)

Понятие «общественное мнение». Установки и стереотипы в общественном мнении.

Ориентация и коориентация в формировании общественного мнения. Влияние на установки. Причины и мотивы изменения установок. Вопросы этики публичных отношений. Типы исследования общественного мнения.

8. Тема Коммуникация в сфере связей с общественностью (лекция)

Способы борьбы за внимание общественности. Процесс коммуникации и его элементы: отправитель (источник) и получатель (адресат) сообщения. Кодирование и декодирование сообщений.

Информационные PR-технологии. Особенности PR-технологий на информационном рынке. Пресс-релиз. Пресс-события. Информационный повод.

Пресс-релиз как средство связи с общественностью. Структура пресс-релиза. Виды пресс-релизов (анонс, новость, информационный лист). Требования к содержанию и стилистике пресс-релизов.

9. Тема Формирование имиджа в Public Relations (лекция)

Понятие и типология имиджа. Имиджмейкинг в системе Public Relations. Объекты формирования имиджа. Методы формирования имиджа. Передача сообщения при помощи имиджа. Психология формирования имиджа. Имидж индивида, предприятия, организации. Специфика функционирования PR-имиджа (фигурирование, позиционирование, репутация). Рекламные PR-технологии.

10. Тема Управление процессом связями с общественностью (лекция)

Теория управления публичными отношениями. Составляющие процесса управления.

Первый этап: определение проблемы в сфере публичных отношений. Формулировка проблемы. Способы изучения и анализа ситуации текущих ситуаций.

Второй этап: планирование и программирование. Способы стратегического планирования. Заявление о миссии. Целевое планирование. Создание PR-программы.

Третий этап: действия и коммуникация. Деятельная составляющая реализации программы. Коммуникационная составляющая реализации программы. Составление сообщения (пресс-релиза). Надежность источников информации. Использование неконтролируемых и контролируемых средств коммуникации. Принцип эффективной коммуникации.

Четвертый этап: оценка программы. Составляющие процесса оценочного исследования. Подготовка критериев оценки PR-программы. Оценка хода реализации PR-программы. Оценка результатов выполнения PR-программы. Интерпретация результатов оценки PR-программы.

11. Тема Публичных отношений в кризисных ситуациях (лекция)

Кризисы. Типология кризисов. Планирование и управление проблемами как способ предотвращения кризисных ситуаций. Информирование о рисках. Управление в условиях кризиса. Модель антикризисного управления. Коммуникация в кризисных ситуациях. Борьба со слухами. Информационные и психологические войны.

12. Тема Цивилизованное лоббирование (лекция)

Сущность и понятие лоббизма, его легитимность и практика. Правовые основы. Содержание работы лоббистов. Подготовка к лоббированию. Непосредственное лоббирование. Опосредованное лоббирование. Методы лоббирования. Глубокое знание обсуждаемых вопросов. Личное знакомство с депутатами. Общение с депутатами.

Общие сведения о Думе РФ. Состав и заседания. Органы Думы. Постоянные комитеты Думы. Фракции и группы Думы. Распорядок работы. Лоббирование законодательного процесса. Законодательная инициатива. Этапы создания закона. Действия при подаче законопроекта. Усилия на этапе предварительного рассмотрения законопроекта в

постоянном комитете. Чтения и принятие законов.

13. Тема Технологии в связях с общественностью (лекция)

Бизнес PR-технологии. Репутационный капитал. Фирменный стиль и дизайн. Фирменные PR -акции

Политические PR-технологии. Этапы развития политических PR-технологий. Современные избирательные технологии связей с общественностью.

Социальные PR-технологии. Благотворительность Организация и проведение культурно-массовых мероприятий. Долгосрочные социальные программы. Социальный PR в сфере культуры.

Процедурные PR-технологии: фасилитация, медиация, проведение собраний. Фасилитатор и фасилитация. Составляющие фасилитации. Этапы фасилитации («Мозгового штурма»). Рекомендации фасилитатору на этапах начала и завершения процесса.

Медиатор и медиация. Стадии медиаторского процесса. Продолжительность медиаторских сессий. Медиация при решении управленческих проблем.

Практические занятия

1-2. Тема Сущность и содержание связей с общественностью (доклады-презентации, учебная дискуссия)

1. Выпишите из различных источников несколько определений понятия «связи с общественностью» и «паблик рилейшнз» и сравните их по объему и специфичности.

2. Определите принципы и функции связей с общественностью.

3. Произведите различение связи с общественностью и близкой к ним деятельности (пресс-посредничество, продвижение (промоушн), общественные дела, паблисити, реклама, маркетинг, торговля).

4. Выпишите и прокомментируйте требования к личным качествам специалистов по связям с общественностью

3. Тема История появления и развития связей с общественностью (выступления с сообщениями и докладами-презентациями, учебная дискуссия)

1. Расскажите о культурно-исторических истоках связей с общественностью.

2. Проанализируйте причины и условия зарождения паблик рилейшнз в США.

3. Расскажите о первых PR-менах и PR-фирмах в США

4. Расскажите о создании научных основ и укреплении статуса паблик рилейшнз.

5. Расскажите об использовании PR в период избирательной кампании Франклина Рузвельта в США.

6. Проанализируйте влияние глобализации на формирование паблик рилейшнз как профессиональной системы.

7. Проанализируйте состояние связей с общественностью в Российской Федерации.

8. Проанализируйте требования к личным качествам PR-менеджерам, исходя из профессиограммы.

4. Тема Службы связей с общественностью (практическое занятие)

1. Расскажите о направлениях деятельности служб по связям с общественностью.

2. Расскажите о роли и функциях служб связей с общественностью.

3. Опишите организационную структуру PR -службы.

4. Расскажите о требованиях к личностным и деловым качества PR –менеджера.

5. Расскажите о работе консультативных фирм по связям с общественностью.

5. Тема Правовые аспекты связей с общественностью (практическое занятие)

1. Каковы базовые правовые основы для развития ПР на Западе?

2. Почему правовые аспекты PR недостаточно разработаны в российском законодательстве?

3. Назовите правовые санкции, которые последуют в случае нарушения Закона «О рекламе».

6. Тема Общественность в сфере публичных рилейнз (выступления с сообщениями и докладами-презентациями, учебная дискуссия)

1. Выпишите из различных источников несколько определений понятия «общественность» и сравните их по объему и специфичности.

2. Определите специфику ситуативного подхода в определении целевых групп общественности.

3. Опишите суть психографического подхода в определении целевых групп общественности.

4. Назовите способы определения целевых групп общественности.

5. Приведите примеры классификаций целевых групп общественности.

6. Опишите методику определения приоритетных групп общественности.

7. Тема Общественное мнение в сфере публичных рилейнз (выступления с сообщениями и докладами-презентациями, учебная дискуссия)

1. Выпишите из различных источников несколько определений понятия «общественное мнение» и сравните их по объему и специфичности.

2. Подберите примеры создания и функционирования установок и стереотипов в общественном мнении.

3. Опишите способы влияния на установки в общественном мнении.

4. Проанализируйте причины и мотивы изменения установок и стереотипов в общественном мнении.

5. Расскажите об этическом кодексе PR-менеджеров.

6. Расскажите о способах исследования общественного мнения.

7. Дайте определение ориентации и коориентации в общественном мнении. Приведите примеры.

8. Тема Коммуникация в сфере связей с общественностью (выступления с сообщениями и докладами-презентациями, учебная дискуссия, индивидуальные задания)

1. Опишите способы борьбы за внимание общественности в СМИ.

2. Проанализируйте различия между непосредственным общением и коммуникацией в СМИ.

3. Опишите структуру процесса коммуникации.

4. Расскажите о том, что понимается под «сообщением» в различных коммуникативных ситуациях.

5. Расскажите о способах кодирования сообщений и проблемой декодирования сообщений.

6. Раскройте содержание основных этапов управления информацией.

7. Перечислите приемы придания веса новостям.

8. Раскройте содержание основных этапов подготовки и проведения пресс-конференции.

9. Какие элементы могут входить в информационный пресс-пакет?

10. Опишите основные правила составления пресс-релиза. Изготовьте 3 пресс-релиза (анонс, новость, информационный лист).

9. Тема Формирование имиджа в Public Relations (выступления с сообщениями и докладами-презентациями, учебная дискуссия)

1. Выпишите из различных источников несколько определений понятия «имидж» и

сравните их по объему и специфичности.

2. Расскажите об имиджмейкинге в паблик рилейшнз.
3. Опишите методы формирования имиджа.
4. Проанализируйте возможности передачи сообщений при помощи имиджа.
5. Опишите психологические аспекты формирования имиджа.
6. Расскажите о типах PR-имиджей: имидж индивида, предприятия, организации.
7. Проанализируйте специфику функционирования PR-имиджа (фигурирование, позиционирование, репутация).
8. Перечислите ситуации, когда требуется PR-реклама имиджа.

10. Тема Управление процессом связями с общественностью (выступления с сообщениями и докладами-презентациями, учебная дискуссия, индивидуальные задания)

1. Расскажите о составляющих процесса управления связями с общественностью.
2. Расскажите о способах определения проблем в сфере паблик рилейшнз и их формулировании.
3. Приведите примеры формулирования PR-проблем и способов их изучения и анализа.
4. Расскажите о способах стратегического планирования и этапах создания PR-программы.
5. Проанализируйте деятельную составляющую реализации программы.
6. Расскажите о специфике коммуникационной составляющей реализации PR-программы.
7. Составьте 3 различных сообщения на одну тему: пресс-релиз анонс, пресс-релиз новость и пресс-релиз сообщение о продолжающемся событии.
8. Проанализируйте практику использования неконтролируемых и контролируемых средств коммуникации.
9. Перечислите основные составляющие процесса оценочного исследования.
10. Расскажите о способах формулирования критериев оценки PR-программы.
11. Какие существуют способы оценки хода реализации PR-программы и результатов ее выполнения.
12. Задание: проанализируйте PR-программы, представленные в сборнике «Самые успешные PR-кампании в мировой практике» (М., 2002) или любые другие по вашему выбору, по схеме: формулировка проблемы, выделение целевой аудитории, составление сметы, планирование распределения сроков исполнения и обязанностей участников.

11. Тема Паблик рилейшнз о кризисных ситуациях (выступления с сообщениями и докладами-презентациями, учебная дискуссия)

1. Дайте определение кризиса и приведите их типологию.
2. Как осуществляется планирование и управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций.
3. Расскажите о способах информирования общественности о рисках.
4. Расскажите о правилах управления в условиях кризиса.
5. Опишите модели антикризисного управления.
6. Как осуществляется коммуникация в кризисных ситуациях.
7. Расскажите о проблемах, вызываемых слухами и способах нейтрализации слухов.
8. Расскажите о стратегиях и тактиках ведения информационных и психологических войн.

12. Тема Цивилизованное лоббирование (выступления с сообщениями и докладами-презентациями, учебная дискуссия)

1. Расскажите о сущности лоббизма, его легитимности и практике.
2. Расскажите о правовых основах лоббизма за границей и в РФ.

3. Раскройте содержание работы лоббистов
4. Расскажите о подготовке к лоббированию.
5. Расскажите о непосредственном и опосредованном видах лоббирования.
6. Расскажите о лоббирование законодательного процесса и о роли законодательной инициативы в нем.

13. Тема Технологии в связях с общественностью (выступления с сообщениями и докладами-презентациями, учебная дискуссия, технология «мозговой штурм»)

1. Какие существуют подходы к обоснованию экономических связей с общественностью?
2. Чем характеризуется PR в конкурентной среде?
3. Назовите основные PR-акции, осуществляемые кампаниями.
4. Какие задачи могут быть решены с помощью политического PR?
5. Дайте определение понятия «политическая манипуляция» применительно для PR.
6. Какую роль играют политические стереотипы и мифы в PR -технологиях?
7. Охарактеризуйте специфику Интернета как PR-инструмента в политических кампаниях.
8. Охарактеризуйте специфику благотворительности.
9. В каких целях PR -службы используют социальную рекламу?
10. Какие факторы следует учитывать, принимая решение об участии в спонсировании?
11. В чем заключается специфика управления связями с общественностью в социальных акциях?
12. Расскажите о фасилитации как процедуре принятия групповых решений и роли фасилитатора как PR-технолога.
13. Назовите основные этапы фасилитации («Мозгового штурма») и ролях, которые должны играть участники.
14. Какие рекомендации даются фасилитатору на этапах начала и завершения процесса.
15. Расскажите о медиации как способе урегулирования конфликтов и роли медиатора как PR-технолога.
16. Перечислите стадии медиаторского процесса.
17. Приведите примеры медиации при решении управленческих проблем.
18. Расскажите об процедурных технологиях проведения собраний.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- информационно-коммуникационная технология, в том числе визуализация, создание электронных учебных материалов;
- технология коллективного взаимодействия, в том числе совместное решение проблемных задач, ситуаций, кейсов;
- технология проблемного обучения, в том числе в рамках разбора проблемных ситуаций;
- технология развивающего обучения, в том числе постановка и решение задач от менее сложных к более сложным, развивающих компетенции студентов;
- технология адаптивного обучения, в том числе проведение консультаций преподавателя, предложение индивидуальных заданий;

В рамках перечисленных технологий основными методами обучения являются:

- работа в команде;
- опережающая самостоятельная работа;

- междисциплинарное обучение;
- проблемное обучение;
- исследовательский метод;
- решение и защита индивидуальных заданий.

Самостоятельная работа является наиболее продуктивной формой образовательной и познавательной деятельности студента в период обучения.

Для реализации творческих способностей и более глубокого освоения дисциплины предусмотрены следующие виды самостоятельной работы: 1) текущая и 2) творческая проблемно-ориентированная.

Текущая СРС направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений. Текущая СРС включает следующие виды работ:

- работу с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуальному заданию;
- опережающую самостоятельную работу;
- изучение вопросов, вынесенных на самостоятельную проработку;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку к контрольным работам, промежуточному контролю.

Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа (ТСР) направлена на развитие интеллектуальных умений, комплекса универсальных и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала студентов. ТСР предусматривает:

- исследовательскую работу по тематике планирования и прогнозирования в выбранной в качестве области научных интересов теме;
- анализ научных публикаций по тематике научных интересов;
- поиск, анализ, структурирование и презентацию информации;
- написание творческих работ (эссе) по заданной тематике;
- публичное выступление в аудитории с докладом и организация обсуждения углубленно изученного материала в области научных интересов студента.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

Задачами СРС являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических и лабораторных занятиях, при написании курсовых и выпускной квалификационной работ, для эффективной подготовки к итоговым зачетам и экзаменам.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.
- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.
- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

Студент может:

- сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:
 - самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
 - предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
 - в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
 - предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
 - использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
 - использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

В силу того, что практические занятия по данной дисциплине не могут полностью сформировать коммуникативную компетенцию студента, большая роль в освоении курса отводится самостоятельной работе. Самостоятельная работа студентов включает в себя следующие этапы:

- подготовительный – посещение лекций и записывание основных теоретических положений, понятий и примеров (или изучение лекционного материала по презентации), изучение соответствующих основным темам курса разделов учебников и учебных пособий из предложенного ниже списка литературы;
- основной – выполнение устных (по вопросам семинаров) и письменных (написание эссе и пресс-релизов) заданий для самостоятельной подготовки (для успешного выполнения заданий студенты должны использовать материалы лекций, презентаций и учебной литературы и поиск информации по ключевым словам);
- заключительный этап предполагает публичное выступление в аудитории во время семинарского занятия (защита) и развитие способности оценивать эффект от своего выступления и выступлений своих одноклассников, находить и исправлять ошибки, отстаивать свое мнение, принимать коллективные решения.

Эссе является одной из форм самостоятельной научно-исследовательской работы, которая завершает изучение им данной дисциплины.

По своей структуре эссе должно представлять собой «мини-этюда»: начинаться с определения цели, постановки задачи, которая должна быть решена в ходе работы, содержать изложение аргументов в пользу актуальности данной темы и краткий анализ наиболее важных источников или точек зрения авторов, обращавшихся к данной теме, содержать примеры, иллюстрирующие ход аргументации и выводы, содержащие авторскую на точку зрения на излагаемую тему или проблему. Работа должна быть написана научным

или научно-популярным языком в объеме 3-4 печатных страницы формата А4, кегль 12, шрифт Times New Roman, интервал 1,5.

1. Паблик рилейшнз в повседневной жизни сервисных фирм.
2. Паблик рилейшнз в государственном и муниципальном управлении.
3. Возникновение индустрии PR за рубежом и в России.
4. Роль и место PR-службы в коммерческой структуре.
5. Роль и место PR-службы в структуре государственного или муниципального управления.
6. PR в политике.
7. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
8. Способы изучения общественного мнения.
9. Особенности организации и проведения PR-кампании.
10. Социологические исследования (выборка, анкета, групповые интервью, фокус-группы, анализ).
11. Управление процессом паблик рилейшнз в сервисе.
12. Управление процессом паблик рилейшнз в муниципалитетах.
13. Направления PR-деятельности в установлении внутриотраслевых отношений предпринимателей.
14. Паблик рилейшнз в кризисных ситуациях.
15. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций.
16. Специфика управления коммуникациями в условиях кризиса и внештатных ситуаций.
17. Понятие общественного мнения и его основные разновидности.
18. Фасилитация как способ принятия групповых решений.
19. Перспективы развития практики PR в турбизнесе.
20. Медиация в управленческом процессе.
21. PR-агентства Приморского края.

Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения дисциплины дают студенту возможность оперативной оценки своей подготовленности по темам и определения готовности к изучению следующей темы. Контрольные вопросы направлены на то, чтобы студент мог проверить понимание понятийного аппарата учебной дисциплины, смог воспроизвести фактический материал, раскрыть причинно-следственные, временные связи, а так же мог выделять главное, сравнивать, доказывать, конкретизировать, обобщать и систематизировать знания.

1. Истоки и история науки связей с общественностью
2. Определение понятия паблик рилейшнз.
3. PR и близкая к ним деятельность (пресс-посредничество, продвижение (промоушн), общественные дела, паблисити, реклама.
4. Организационная структура и обязанности PR-менов.
5. Субординация и организационные схемы PR-подразделения.
6. Понятие общественности.
7. Типология групп общественности.
8. Определение целевых групп общественности.
9. Приоритетные группы общественности.
10. Общественность и ее мнения. Суть общественного мнения.
11. Установки и стереотипы в общественном мнении. Влияние на установки.
12. Изучение общественного мнения. Типы исследования общественного мнения.
13. Борьба за внимание общественности.
14. Процесс коммуникации и его элементы
15. Влияние на общественное мнение. Вопросы этики PR.
16. Составляющие процесса управления PR.

17. Роль исследования и планирования стратегии PR.
18. Проблемы в сфере PR и пути их определения. Формулировка проблемы. Анализ ситуации.
19. PR и стратегичность мышления.
20. Основные этапы процесса стратегического планирования в PR.
21. Программирование в PR. Деятельная составляющая реализации программы.
22. Коммуникационная составляющая реализации PR-программы.
23. Общественность и имидж организации.
24. PR – реклама имиджа.
25. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций.
26. Управление в условиях кризиса.
27. Коммуникация в условиях кризиса.
28. Процедурные технологии публич рилейшнз: фасилитация и медиация.
29. Политические и социальные PR-технологии.
30. PR-технологии в бизнесе.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Доступ в электронную информационно-образовательную среду организации, а также к основной и дополнительной литературе в ЭБС осуществляется с компьютеров, подключенных к Электронной библиотеке ВГУЭС:

1. Консультант Плюс: полнотекстовая справочно-информационная система нормативно-правовых документов - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Электронно-библиотечная система издательства (образовательная платформа) «Юрайт» - Режим доступа: <https://urait.ru>
3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» - <https://e.lanbook.com/>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <https://www.elibrary.ru>
5. Электронная библиотека Издательского дома Гребенникова «GrebennikOn» - <https://grebennikon.ru>

9 Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»

1. «Власть». Общенациональный научно политический журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/vlast>
2. Государственно-частное партнерство в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d18/gosudarstvenno_chastnoe_partnerstvo/
3. Журнал «Вопросы государственного и муниципального управления» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vgmu.hse.ru/archive.html>
4. Журнал «Государственная служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mgs.migsu.ru/content/archive>
5. Журнал «Государство и право» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.igpran.ru/journal/index.php>
6. Комитет ГД по федеративному устройству и вопросам местного самоуправления Государственной Думы Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gosduma.net/structure/committees/1760703/>
7. Фонд развития местного самоуправления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fondmsu.ru>

10 Перечень информационных технологий

1. Электронные учебники
2. Технологии мультимедиа.
3. Технологии Интернет (электронная почта, электронные библиотечные системы, электронные базы данных).

Программное обеспечение: Microsoft Windows 7 Professional Russian (Academic Open license №47882164, бессрочная), Microsoft Office 2007 RUS (лицензия №44216302, бессрочная), Winrar (электронная лицензия №RUK-web-1355405, бессрочная), Adobe Google Chrome (свободное); Adobe Acrobat Reader (свободное), справочно-правовая система КонсультантПлюс (договор №2020-А0130 от 01.02.2020, срок действия до 31.12.2020)

Программное обеспечение для лиц с ограниченными возможностями

1. Экранная лупа в операционных системах линейки MS Windows
2. Экранный диктор в операционных системах линейки MS Windows

11 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы бакалавриата, включает в себя лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени его сложности.

12. Словарь основных терминов

Коориентация – этот социальный или межличностный концепт общественного мнения предусматривает наличие двух и более ориентированных индивидов, вступающих в коммуникацию по поводу представляющего общий интерес объекта. Иначе говоря, такие индивиды «коореинтированы» на общую проблему и друг на друга.

Корпоративная философия – полное, развернутое, подробное изложение морально-этических и деловых норм, принципов, кредо, которыми руководствуются сотрудники фирмы или участники проекта.

Медиа-кит (media-kit), или пресс-кит, – набор, комплект, пакет для СМИ. Пресс-кит содержит несколько видов материалов, потенциально полезных для СМИ: бэкграундер, биографию, фото и др. Пресс-кит предназначен для ответа на наиболее вероятные вопросы прессы, появившиеся в процессе подготовки материала по поводу некоторого события.

Медиация – это процедура прогрессивного вмешательства в конфликт, в ходе которой его участники с помощью нейтрального посредника (медиатора) планомерно выявляют проблемы и пути их решения, ищут альтернативы и пытаются достичь приемлемого соглашения, которое соответствовало бы их интересам. Следует заметить, что у медиаторской процедуры много общего с технологией фасилитации. Исходя из этого медиацию (посредничество) в первую очередь следует понимать как процесс, позволяющий продвигать конфликт в сторону его разрешения.

Миссия – это краткое выражение функции, которую организация или проект призваны выполнить в обществе.

Паблицити – это информация из независимого источника, используемая средствами информации потому, что она имеет ценность новости. Это неконтролируемый метод размещения сообщений в средствах информации, поскольку источник сообщения ничего не платит прессе за размещение.

Общественность – это внутренняя и внешняя среда некоторой организации или проекта.

Пресс-посредничество – это написание материалов или организация специальных мероприятий с целью привлечения внимания средств информации и обеспечения общественной заметности.

Презентация. Эта форма выдачи информации может быть также названа «пресс-конференцией плюс», поскольку соответствующая часть (сбор журналистов и ознакомление их с некоторыми сведениями) присутствует на любой презентации. Иначе говоря, презентация – это цепь накладывающихся друг на друга событий, а именно: 1) приглашение и встреча, 2) пресс-конференционная часть, 3) презентационная часть, 4) неформальное общение, 5) сопровождение (дополнение) общения, 6) прощание.

Продвижение (промоушн) – это функция паблик рилейшнз, предусматривающая специальные усилия (активность или организованные события), рассчитанные на формирование и стимулирование интереса к личности, товару, организации или направлению деятельности.

Связи – смысл этого понятия составляют действия, направленные на гармонизацию взаимоотношений между элементами среды.

Спонсоринг – от английского sponsor и sponsorship. В развернутом смысле спонсоринг представляет собой подбор или организацию события (или иного объекта спонсирования), ведение и контроль события, а также ведение и / или контроль PR и рекламной кампании, гарантию осуществления проекта с учетом интересов спонсора. Фанд-рейзинг (от английского fund raising) – сбор средств. Тесно связанное со спонсорингом это понятие означает целенаправленный систематический поиск спонсорских (или иных) средств для осуществления тех или иных проектов (программ, акций) и / или поддержки тех или иных институтов. Может осуществляться в виде бизнеса, благотворительной и спонсорской деятельности.

Фасилитация. Это процедура. Она представляет собой процесс, где специалист, приемлемый для всех членов группы, нейтральный и не имеющий права принимать решение

(фасилитатор), помогает группе улучшить способы идентификации проблем и принятия решения за счет организации конструктивной совместной деятельности. Фасилитация постепенно вытесняет такие широко практикуемые, но недостаточно продуктивные способы решения проблем, как спор, дискуссия, простой обмен мнениями, административное решение, волевой приказ. В принципе фасилитация – это не что иное, как эффективная технология решения проблем групповой работы.

Формула Фреча – это формула определения легкости чтения английского текста, разработанная Рудольфом Фречем, позволяет установить уровень читабельности и приблизительный уровень образования, необходимый для того, чтобы понять напечатанный текст.

Приложение 1
к рабочей программе дисциплины
«Связи с общественностью»

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ФИЛИАЛ ВГУЭС В Г. НАХОДКЕ

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление и направленность (профиль)
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Форма обучения
заочная

Находка 2020

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) Связи с общественностью

разработан в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление и Порядком организации и

осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017г. № 301)

Составитель(и):

Шумейко Ирина Константиновна

Утвержден на заседании кафедры Гуманитарных и социально-экономических дисциплин

18.03.2020 протокол № 7

Заведующий кафедрой (разработчика)


подпись

В.С. Просалова

фамилия, инициалы

« 18 » марта 20 20 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей)


подпись

В.С. Просалова

фамилия, инициалы

« 18 » марта 20 20 г.

1 Перечень формируемых компетенций

Таблица – Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программе

Код компетенции	Формулировка компетенции
ПК-8	способностью применять информационно-коммуникационные технологии с видением их взаимосвязей и перспектив использования

Компетенция считается сформированной на данном этапе (номер этапа таблица 1 ФОС) в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Описание критериев оценивания планируемых результатов обучения

ПК-8 способностью применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования

Планируемые результаты обучения* (показатели достижения заданного уровня планируемого результата обучения)		Критерии оценивания результатов обучения
Знает	основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных;	способы выбора основных современных принципов работы с деловой информацией, алгоритм действия корпоративных информационных систем и баз данных, а также виды информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности
Умеет	работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах, обобщать и систематизировать информацию для создания баз данных	выстраивать алгоритм работы со средствами программного обеспечения информационных систем управления; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах, и обобщать и систематизировать информацию для создания баз данных
Владет навыкам и и/или опытом деятельности.	основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией; средствами программного	системного подхода при получении, хранении, переработки информации, корректности выбора средств работы с компьютером и программным обеспечением

	обеспечения анализа и моделирования систем управления; средствами и методами защиты информации	как средством управления информацией, применения программного обеспечения для анализа и моделирования систем управления
--	--	---

Таблица заполняется в соответствии с разделом 2 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
Знания :	основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных;	1. Основные понятия и современные принципы организации работы с деловой информацией	Доклад, сообщение (п. 5.1) Темы 1-3	Фонд тестовых заданий (п. 5.6)
		2. Способы применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	Доклад, сообщение (п. 5.1). Темы 4-5	
		3. Корпоративные информационные системы и базы данных	Доклад, сообщение (п. 5.1). Темы 6-11	
Умения:	работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах, обобщать и	4. Особенности обобщения и систематизации информации. Составление пресс-релизов	Кейс-задача (п.5.2)	

	систематизировать информацию для создания баз данных	5. Базы данных: особенности и специфика работы	Контрольная работа №1 (п.5.3)	
Навык и	основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией; средствами программного обеспечения анализа и моделирования систем управления; средствами и методами защиты информации	6. Основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации	Конспект (п. 5.4)	
		7. Моделирование систем управления	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (п. 5.5)	
		8. Применение связей с общественностью в кризисных ситуациях. Методы защиты информации	Контрольная работа №2 (п. 5.3)	

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточной аттестаций количественной оценкой, выраженной в баллах, максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.

Таблица 4.1 – Распределение баллов по видам учебной деятельности

Вид учебной деятельности	Оценочное средство						
	Конспект	Доклад-сообщение	Кейс-задача	Круглый стол	Контрольная работа	Экзамен (тестирование)	Итого
Лекции		20					20
Лабораторные занятия							
Практические занятия			20	10			30
Самостоятельная работа	10				20		30
ЭОС							

Промежуточная аттестация						20	20
Итого							100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Доклад, сообщение

1. Деловая информация.
2. Принципы организации работы с деловой информацией.
3. Особенности организации работы с деловой информацией.
4. Информационно-коммуникационные технологии.
5. Способы применения информационно-коммуникационных технологий.
6. Информационные системы.
7. Корпоративные информационные системы.
8. Базы данных.
9. Способы применения баз данных в профессиональной деятельности.
10. Разработка баз данных.
11. Методы защиты баз данных.

Краткие методические указания

Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
5	20	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы, научную литературу для подтверждения правильности собственной позиции.
4	15	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы для подтверждения правильности собственной позиции.
3	10	Студент представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать аналитические документы для подтверждения правильности собственной позиции.
2	5	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

5.2 Задание для решения кейс-задачи

Пресс-релиз

В администрации Приморского края прошло совещание по вопросам организации и проведения «Недели туризма». В заседании под руководством директора департамента международного сотрудничества и развития туризма приняли участие представители администрации Владивостока, руководители крупнейших операторов по проведению подобных мероприятий, представители ДВФУ, ВГУЭС, туристских общественных организаций, рестораторов и отельеров и других профильных организаций края. На совещании было определено, что в рамках «Недели туризма», с 17 по 19 мая, пройдут выставки: PITE-2017 (Pacific international tourism expo) - на базе кампуса ДВФУ, «Vladivostok Boat Show» - на площадке «7 футов», Фестиваль национальных кухонь и другие мероприятия.

Среди главных задач XVII Тихоокеанской международной туристской выставки PITE-2017 – позиционирование Приморского края для российских и зарубежных операторов, акцентирование внимания на туристических ресурсах края, расширение международных контактов в сфере туризма и обмен опытом с зарубежными партнерами, повышение инвестиционной привлекательности объектов туристской инфраструктуры Приморского края.

Задание

1. Ознакомьтесь с пресс-релизом администрации Приморского края.
2. Составьте схему информационной поддержки Тихоокеанской международной туристской выставки PITE-2017.

Краткие методические указания

Кейс-задача - проблемное задание, в котором обучающемуся, предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
5	20	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения,

		критически оценивал аргументы других магистрантов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы, научную литературу для подтверждения правильности собственной позиции.
4	15	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других магистрантов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы для подтверждения правильности собственной позиции.
3	10	Студент представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать аналитические документы для подтверждения правильности собственной позиции.
2	5	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

5.3 Контрольная работа

Контрольная работа №1

На основе полученных знаний с предыдущих занятий раскрыть содержание понятия «базы данных» и описать особенности работы с ними в профессиональной деятельности.

Контрольная работа №2

На основе полученных знаний с предыдущих занятий раскрыть суть процесса управления в условиях кризиса, а также особенности борьбы со слухами в условиях кризиса. Привести примеры современных методов защиты информации.

Краткие методические указания

Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
5	10	Студент демонстрирует сформированность умений на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно выполнять практические задания, свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
4	8	Студент демонстрирует сформированность умений на среднем уровне: основные умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при изложении, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
3	6	Студент демонстрирует сформированность умений на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных умений, студент испытывает значительные затруднения при оперировании умениями и при их переносе на новые ситуации.
2	4	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.

1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.
---	---	--

5.4 Конспект

1. Информация как последовательность символических обозначений (букв, цифр, закодированных графических образов и звуков и т.п.), несущую смысловую нагрузку и представленную в понятном компьютеру виде.

2. Методы получения, хранения, переработки информации.
3. Способы получения, хранения, переработки информации.
4. Средства получения, хранения, переработки информации

Краткие методические указания

Конспект - продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
5	10	Студент демонстрирует сформированность умений на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно выполнять практические задания, свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
4	8	Студент демонстрирует сформированность умений на среднем уровне: основные умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при изложении, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
3	6	Студент демонстрирует сформированность умений на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных умений, студент испытывает значительные затруднения при оперировании умениями и при их переносе на новые ситуации.
2	4	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

5.5 Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты

1. Теория моделирования.
2. Системы управления.
3. Особенности моделирования систем управления.
4. Применение метода моделирования систем управления в профессиональной деятельности.

Краткие методические указания

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
---	-------	----------

5	10	Студент демонстрирует сформированность умений на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно выполнять практические задания, свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
4	8	Студент демонстрирует сформированность умений на среднем уровне: основные умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при изложении, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
3	6	Студент демонстрирует сформированность умений на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных умений, студент испытывает значительные затруднения при оперировании умениями и при их переносе на новые ситуации.
2	4	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

5.6 Тест

1. Термин «связи с общественностью» не связано с таким понятием как

- 1)отношения с общественностью
- 2)общественное взаимодействие
- 3)общественные связи
- 4)организация массовых кампаний

2. Коммуникация, коммуникационные механизмы, коммуникационные операции, призванные осуществлять информационное взаимодействие между индивидами и группами индивидов

- 1)связи с общественностью
- 2)пиар
- 3)слухи
- 4)связи

3. Дисциплина, рассматривающая коммуникацию как комплексную модель рыночного взаимодействия с партнерами, связанная с движением товара, обменом информацией, технологией, знаниями, опытом

- 1)социология
- 2)маркетинг
- 3)менеджмент
- 4)связи с общественностью

4. Информирование общественности относится к

- 1)свойству пиара
- 2)виду пиара
- 3)приему пиара
- 4)функции пиара

5. В понятие _____ информации вкладывается самостоятельная индустрия, нацеленная на формирование общественного мнения с использованием организационно-технических комплексов

6. Вид не существующей модели информационной политики

- 1)тоталитарная

- 2) коммуникативная
- 3) дисциплинарная
- 4) диалоговая

7. Изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо

- 1) рекламопроизводитель
- 2) рекламопотребитель
- 3) рекламодатель
- 4) рекламораспространитель

8. Задачами государственной информационной политики являются

- 1) формирование общенациональных ценностей
- 2) модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры
- 3) удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения
- 4) создание новых рабочих мест

9. Основными представителями средств массовой информации являются

- 1) люди
- 2) телевидение
- 3) журналы
- 4) книги
- 5) газеты
- 6) интернет

10. Символический образ объекта, основанный на результатах обработки информации

- 1) портрет
- 2) характеристика
- 3) символ
- 4) имидж

11. Имидж корпорации не включает в себя

- 1) имидж товара
- 2) управленческий имидж
- 3) финансовый имидж
- 4) имидж менеджера

12. Представления широкой общественности о социальных целях и роли организации в экономической, социальной и культурной жизни общества

- 1) фирменный стиль организации
- 2) социальный имидж организации
- 3) визуальный имидж организации
- 4) культурный имидж организации

13. Социальный имидж организации может быть выражен посредством

- 1) пресс-конференции
- 2) выставки
- 3) миссии
- 4) внешним видом сотрудников организации

14. Контакты с представителями СМИ, журналов, с независимыми писателями, а также с представителями профессиональных изданий относят к следующей группе должностных обязанностей пиар-специалиста

- 1) связи со СМИ
- 2) написание и редактирование
- 3) управление и администрирование
- 4) консультирование

15. Работа службы пиара в муниципальных органах власти направлена на

- 1) формирование общественного мнения
- 2) повышение качества жизни населения
- 3) улучшение работы органов местного самоуправления
- 4) составление годовых отчетов о финансовой деятельности
- 5) отстаивание споров в суде

16. Структура пресс-релиза основана на принципе

- 1) «трех начал»
- 2) «потребительского спроса»
- 3) «перевернутой пирамиды»
- 4) «историзма»

17. Термин «медиа-кит» означает

- 1) комплект презентаций
- 2) пакет информационных материалов
- 3) комплекс пресс-релизов
- 4) видеозапись пресс-конференции

18. Виды пиар материалов для публикации в прессе

- 1) новостной релиз
- 2) пресс-релиз
- 3) заметка
- 4) медиа-кит
- 5) презентация

19. Барьерами на пути коммуникации могут выступать

- 1) природные стихии
- 2) точность передачи информации
- 3) неточности при передаче информации
- 4) цензура
- 5) искажение реальных событий
- 6) ограниченное количество времени

20. Управление — это процесс прогнозирования, планирования, организации, мотивации, координации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь цели организации.

20.1 Конкретное состояние отдельных характеристик организации, достижение которых является для нее желательным и на достижение которых направлена ее деятельность

- 1) миссия организации
- 2) установка организации
- 3) план работы организации
- 4) цель организации

20.2 Этапы управления процессом в организации

- 1) первый этап
 - 2) второй этап
 - 3) третий этап
 - 4) четвертый этап
- A) коммуникация
B) определение проблемы
C) оценка результатов
D) планирование

20.3 Разработка и многократное использование различных инструментов связей с общественностью (реклама, рассылка пресс-релизов, организация пиар акций) в рамках единой концепции в целях воздействия на мнение и отношение конкретной целевой аудитории к организации, ее товарам, услугам, деятельности, реализуемых в строго определенный отрезок времени это _____

21. Пиар проект это мероприятие в области связей с общественностью, направленное на достижение определенных результатов, имеющее определенные сроки и ресурсы.

21.1 Разработка и многократное использование различных инструментов связей с общественностью (реклама, рассылка пресс-релизов, организация акций) в рамках единой концепции в целях воздействия на мнение и отношение конкретной целевой аудитории к организации, ее товарам, услугам, деятельности, реализуемых в строго определенный отрезок времени

- 1)прогнозирование
- 2)проектирование
- 3)диагностика
- 4)план-график

21.2 Основными элементами структуры пиар проекта являются

- 1)целевая аудитория
- 2)социум
- 3)бюджет
- 4)товар
- 5)медиаплан
- 6)пресс-релиз

22. Кризис представляет собой прекращение нормального процесса функционирования предприятия или непредвиденное событие, ставящее под угрозу стабильность предприятия, а также может расцениваться как внезапное серьезное происшествие, обладающее потенциалом повредить или даже нарушить репутацию компании.

22.1 Цель кризисных коммуникаций

- 1)своевременно погасить в сознании общественности негативные впечатления о компании
- 2)понизить рейтинг компании
- 3)увеличить прибыль компании
- 4)привлечь новых спонсоров и инвесторов

22.2 Кризис репутации это

- 1)репутации
- 2)в результате
- 3)ситуация
- 4)негативной
- 5)организации
- 6)угрожающая
- 7)падением
- 8)распространения
- 9)информации

22.3 Совокупность мнений о фирме представителей различных заинтересованных сторон: инвесторов, клиентов, поставщиков, служащих, органов регулирования, политиков, негосударственных организаций это _____ компании

23. Современный лоббизм есть ничто иное, как особая система и практика реализации интересов отдельных организаций и групп общественности путем целенаправленного влияния на законодательные и исполнительные органы государственной власти.

23.1 Лоббизм является

- 1) легальной формой влияния
- 2) нелегальной формой влияния
- 3) открытой формой влияния
- 4) закрытой формой влияния

23.2 Классическая современная классификация лоббистов

- 1) корпоративные лоббисты
 - 2) лоббисты профессиональных ассоциаций
 - 3) внешние лоббисты
- А) группа лоббистов представляет коллективные интересы предприятий
 В) работающие по контракту с любыми заказчиками
 С) пиар консультанты крупных корпораций

23.3 Организация, объединяющая сотрудников предприятия для возможности решать возникшие вопросы, связанные с условиями их труда, с их интересами в области профессиональной деятельности это _____

Краткие методические указания

Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Итоговый тест проводится в конце учебного семестра.

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
5	16–20	Студент демонстрирует сформированность знаний, умений и навыков на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, свободно оперирует приобретенными знаниями.
4	12–15	Студент демонстрирует сформированность знаний, умений и навыков на среднем уровне: основные знания освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности.
3	8–11	Студент демонстрирует сформированность знаний, умений и навыков на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний.
2	4–7	Студент демонстрирует сформированность знаний, умений и навыков на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний.
1	0–3	Знания не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений и навыков.