

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

Институт государственной службы и управления

Кафедра зарубежного регионоведения и международного сотрудничества

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры зарубежного  
регионоведения и международного  
сотрудничества

Протокол от «05» сентября 2016 г. № 1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.18.2 Теория и практика связей с общественностью (Theory and practice of PR)

---

*(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)*

ТПСО (TPofPR)

---

*(краткое наименование дисциплины (модуля))*

41.03.01 «Зарубежное регионоведение»

---

*(код, наименование направления подготовки)*

Информационно-аналитическое обеспечение международного  
сотрудничества

---

*(направленность (профиль))*

бакалавр

---

*(квалификация)*

очная

---

*(форма(ы) обучения)*

Год набора - 2016

Москва, 2016 г.

**Автор–составитель:**

Доктор социологических наук В.В.Комлева

**Заведующий кафедрой**

Заведующий кафедрой зарубежного регионоведения и международного сотрудничества (ЗРиМС), доктор социологических наук В.В.Комлева

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание и структура дисциплины	4
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	14
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	14
6.1. Основная литература	14
6.2. Дополнительная литература	15
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	15
6.4. Нормативные правовые документы	15
6.5. Интернет-ресурсы	15
6.6. Иные источники	15
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	16

# **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

1.1 Дисциплина Б1.В.ДВ.18.2 Теория и практика связей с общественностью (Theory and practice of PR) обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-9	владением основами социологических методов (интервью, анкетирование, наблюдение), готовность принять участие в планировании и проведении полевого исследования в стране (регионе) специализации	ПК-9.1	Владение основами социологических методов (интервью, анкетирование, наблюдение)
ДПК-1	владением технологиями информационно-аналитического обеспечения международного сотрудничества, международного PR, информационной политики, методологией и методами аналитических исследований, анализа, прогноза, моделирования, компьютерной обработки статистической информации, разработки стратегий и программ сотрудничества	ДПК-1.3	Способность осваивать технологии и методы информационного сопровождения международной деятельности

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта или по результатам форсайт-сессии)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения

применять методы исследования общественного мнения, проводить исследования, готовить отчеты по результатам исследования, разрабатывать предложения по результатам исследования для принятия управленческих решений; применять методы прогнозирования общественных явлений и процессов	ПК-9.1	на уровне знаний: демонстрирует знание методики и технологии организации, проведения и обработки результатов интервью, анкетирования, наблюдения
		на уровне умений: Определяет эффективность социологических методов (интервью, анкетирование, наблюдение) в различных исследованиях
		на уровне навыков: демонстрирует возможности применения социологических методов (интервью, анкетирование, наблюдение) в исследовании страны (региона) специализации
	ДПК-1.3	на уровне знаний: знает эффективные методы и технологии связей с общественностью
		на уровне умений: анализирует и дает оценку методам и технологиям информационно-аналитического обеспечения международного сотрудничества, международного PR, информационной политики в зависимости о целей и задач исследования
		на уровне навыков: владеет методами и технологиями информационно-аналитического обеспечения международного сотрудничества, международного PR, информационной политики
применять технологии международных проектов и программ; разрабатывать рекомендации для минимизации рисков и оптимизации международных проектов и программ	PR-	

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.ДВ.18.2 Теория и практика связей с общественностью (Theory and practice of PR) составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 48 часа: лекционные занятия – 16 часов, практические занятия – 32 часа. Самостоятельная работа составляет 24 часа.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.18.2 Теория и практика связей с общественностью (Theory and practice of PR) предусмотрена на 3 курсе, в 6 семестре.

Дисциплина Б1.В.ДВ.18.2 Теория и практика связей с общественностью (Theory and practice of PR) относится к дисциплинам Блока 1 «Дисциплины (модули)».

В содержательном плане дисциплина является основой для изучения Б1.В.ОД.1 Практикум "Разработка и презентация аналитического отчета" (7 семестр), Б1.В.ДВ.20.2 Социология политики(7 семестр), Б1.В.ДВ.21.1 Информационная

политика(7 семестр), Б1.В.ДВ.21.2 Информационная политика (Informational policy) (7 семестр), Б1.В.ДВ.21.3 Международный маркетинг (7 семестр).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости и, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				С Р	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Тема 1. Паблик рилейшнз: история становления и опыт развития	8	2		4		2	О
Тема 2.	Тема 2. Роль и место PR в современном обществе	8	2		4		2	О
Тема 3.	Тема 3. Цели, задачи и функции Паблик рилейшинз	8	2		4		2	О
Тема 4.	Тема 4. Виды коммуникаций	8	2		4		2	О
Тема 5.	Тема 5. Средства массовой коммуникации, их классификация и назначение	10	2		4		4	О
Тема 6.	Тема 6. Принципы организации систем и средств массовых коммуникаций	10	2		4		4	О
Тема 7.	Тема 7. Работа с основными группами общественности	10	2		4		4	О
Тема 8.	Тема 8. Формы организации паблик рилейшинз	10	2		4	Р	4	О
Промежуточная аттестация		36						экзамен
Всего:		108	16		32		24	

Примечание: формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р).

## **Содержание дисциплины**

### **Тема 1. Паблик рилейшинз: история становления и опыт развития**

Основные определения Паблик рилейшинз. Элементы современных PR от истоков человеческой цивилизации. Развитие технических средств широкомасштабной передачи информации PR в начале XX века. Э. Бернауз - автор первой книги по основам PR. Особенности развития PR в США. Укрепление статуса PR как корпоративной функции управления общественным мнением. Рост значимости PR в середине XX века. Становление рыночной экономики в России и развитие PR в 70-е годы XX века. PR как одно из важнейших направлений деловой активности российских коммерческих и государственных структур. Создание международной ассоциации по PR. Российская ассоциация по связям с общественностью. Гильдия работников пресс служб и служб «Паблик рилейшинз России».

### **Тема 2. Роль и место PR в современном обществе**

Принципы использования механизмов PR в рыночных связях. Основные слагаемые успешной концепции связей с общественностью: доверие, обстановка, содержание, ясность, непрерывность и систематичность, каналы коммуникации, возможности аудитории. Зависимость функционирования предприятий социально-культурного сервиса и туризма от объектов связей с общественностью. Элементы PR. Использование основных средств PR.

Особенности взаимодействия PR и маркетинга. Основные факторы воздействия связей с общественностью на успешное развитие учреждений и предприятий. Определение PR и ее особенности в деловой, политической, академической и другой среде.

### **Тема 3. Цели, задачи и функции Паблик рилейшинз**

Возрастание роли PR в предпринимательстве и других сферах общественной жизни. Цели и задачи PR. Особенности практики PR в учреждениях социально-культурного сервиса и туризма. Содержание работы PR. Основные функции по осуществлению связей с общественностью: аналитико-прогностическая, организационно-технологическая, информационно-коммуникативная, консультативно-методическая.

### **Тема 4. Виды коммуникаций**

Значимость коммуникаций для сферы деятельности предприятий сервиса и туризма. Функции PR в современных коммуникациях. Модель коммуникации. Роль кодирования в коммуникациях. Кодирование в PR.

Кодирование и декодирование.

Классификация направленности коммуникации: горизонтальная и вертикальная. Основные виды коммуникаций: вербальная, невербальная. Особенности построения вербальных (или речевых) коммуникаций. Виды речевых коммуникаций. Публичные выступления, их подготовка и особенности воспроизведения. Правила составления текстовых материалов. Невербальные коммуникации. Их роль в социально-культурном сервисе и туризме.

### **Тема 5. Средства массовой коммуникации, их классификация и назначение**

Массовые коммуникации как важный социальный и политический институт современного общества. Функции массовых коммуникаций. Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения.

### **Тема 6. Принципы организации систем и средств массовых коммуникаций**

Служба PR как основа создания условий гармоничного взаимодействия элементов системы массовой коммуникации. Структурно-блочный состав информационной системы и ее взаимосвязи с внешней средой. Особенности взаимодействия внешней среды с макросредой, микросредой и вышестоящими уровнями управления. Управляющая система и ее основные задачи. Управляемая система и ее основное назначение. Принципы

формирования системы массовых коммуникаций. Системные отношения средств массовой коммуникации.

#### **Тема 7. Работа с основными группами общественности**

Отношения предприятий и учреждений со средствами массовой информации. Массовые коммуникации и средства массовой информации. Информационные агентства. Пресса. Радио. Телевидение. Журналистика. Общие правила отношений со СМИ. Работа с прессой.

Работа с радио и телевидением. Интернет в PR. Отношения с потребителями.

Отношения с государством и местной общественностью. Отношения с инвесторами.

Определение «паблисити» и «имидж». Формирование паблисити средствами PR. Основные этапы работы по созданию имиджа фирмы. Процесс формирования корпоративного имиджа.

#### **Тема 8. Формы организации паблик рилейшинз**

Особенности организации специальных событий предприятиями и учреждениями социально-культурного сервиса и туризма. Церемонии открытия. Приемы. Презентации. Конференции. Дни открытых дверей, «Круглые столы». Выставки. Разработка сценария приема, конференции, презентации, круглого стола, выставки (для учреждений социально-культурной сферы и туризма и провести).

Степень централизации PR. Создание функциональной системы PR.

Структурные особенности. Управление коммуникациями. Контроль и координация деятельности PR. Служба PR и внешнее консультирование. Прямая подотчетность топ-менеджментом. Управленческий аспект PR. Управленческая компетентность специалистов PR.

### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.18.2 Теория и практика связей с общественностью (Theory and practice of PR) используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Тема 1. Паблик рилейшинз: история становления и опыт развития	опрос
Тема 2	Тема 2. Роль и место PR в современном обществе	опрос
Тема 3	Тема 3. Цели, задачи и функции Паблик рилейшинз	опрос
Тема 4	Тема 4. Виды коммуникаций	опрос
Тема 5	Тема 5. Средства массовой коммуникации, их классификация и назначение	опрос
Тема 6	Тема 6. Принципы организации систем и средств массовых коммуникаций	опрос
Тема 7	Тема 7. Работа с основными группами общественности	опрос
Тема 8	Тема 8. Формы организации паблик рилейшинз	опрос, защита реферата



4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам.

#### 4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам (дискуссиям),
- участие в обсуждении докладов.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, защита реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

*Вопросы темы для подготовки к опросам (дискуссиям) (темы докладов):*

#### **Тема 1. Паблик рилейшинз: история становления и опыт развития**

- 1 Основные определения Паблик рилейшинз.
- 2 Элементы современных PR от истоков человеческой цивилизации.
- 3 Рост значимости PR в середине XX века.
- 4 Становление рыночной экономики в России и развитие PR в 70-е годы XX века.
- 5 PR как одно из важнейших направлений деловой активности российских коммерческих и государственных структур.
- 6 Создание международной ассоциации по PR.
- 7 Российская ассоциация по связям с общественностью.
- 8 Гильдия работников пресс служб и служб «Паблик рилейшинз России».

#### **Тема 2. Роль и место PR в современном обществе**

- 1 Принципы использования механизмов PR в рыночных связях.
- 2 Основные слагаемые успешной концепции связей с общественностью: доверие, обстановка, содержание, ясность, непрерывность и систематичность, каналы коммуникации, возможности аудитории.
- 3 Зависимость функционирования предприятий социально-культурного сервиса и туризма от объектов связей с общественностью.
- 4 Элементы PR. Использование основных средств PR.
- 5 Особенности взаимодействия PR и маркетинга.
- 6 Основные факторы воздействия связей с общественностью на успешное развитие учреждений и предприятий.
- 7 Определение PR и ее особенности в деловой, политической, академической и другой среде.

#### **Тема 3. Цели, задачи и функции Паблик рилейшинз**

- 1 Возрастание роли PR в предпринимательстве и других сферах общественной жизни.
- 2 Цели и задачи PR. Особенности практики PR в учреждениях социально-

- культурного сервиса и туризма.
- 3 Содержание работы PR.
  - 4 Основные функции по осуществлению связей с общественностью: аналитико-прогностическая, организационно-технологическая, информационно-коммуникативная, консультативно-методическая.

#### **Тема 4. Виды коммуникаций**

- 1 Значимость коммуникаций для сферы деятельности предприятий сервиса и туризма.
- 2 Функции PR в современных коммуникациях.
- 3 Кодирование в PR. Кодирование и декодирование.
- 4 Классификация направленности коммуникации: горизонтальная и вертикальная.
- 5 Основные виды коммуникаций: вербальная, невербальная.
- 6 Особенности построения вербальных (или речевых) коммуникаций.
- 7 Виды речевых коммуникаций.
- 8 Правила составления текстовых материалов.
- 9 Невербальные коммуникации. Их роль в социально-культурном сервисе и туризме.

#### **Тема 5. Средства массовой коммуникации, их классификация и назначение**

- 1 Массовые коммуникации как важный социальный и политический институт современного общества.
- 2 Функции массовых коммуникаций.
- 3 Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения.

#### **Тема 6. Принципы организации систем и средств массовых коммуникаций**

- 1 Служба PR как основа создания условий гармоничного взаимодействия элементов системы массовой коммуникации.
- 2 Структурно-блочный состав информационной системы и ее взаимосвязи с внешней средой.
- 3 Особенности взаимодействия внешней среды с макросредой, микросредой и вышестоящими уровнями управления.
- 4 Управляемая система и ее основное назначение.
- 5 Принципы формирования системы массовых коммуникаций.
- 6 Системные отношения средств массовой коммуникации.

#### **Тема 7. Работа с основными группами общественности**

- 1 Массовые коммуникации и средства массовой информации.
- 2 Работа с прессой, радио и телевидением. Интернет в PR. Отношения с потребителями.
- 3 Отношения с государством и местной общественностью. Отношения с инвесторами.
- 4 Определение «паблисити» и «имидж».
- 5 Формирование паблисити средствами PR.
- 6 Основные этапы работы по созданию имиджа фирмы.
- 7 Процесс формирования корпоративного имиджа.

#### **Тема 8. Формы организации паблик рилейшинз**

- 1 Особенности организации специальных событий предприятиями и учреждениями социально-культурного сервиса и туризма.
- 2 Степень централизации PR. Создание функциональной системы PR.
- 3 Управление коммуникациями.

- 4 Контроль и координация деятельности PR.
- 5 Служба PR и внешнее консультирование.
- 6 Управленческий аспект PR.

#### Примерные темы рефератов

1. Методика организации специальных событий (презентация, День открытых дверей, «круглые столы» и др.).
2. Видовое многообразие специальных событий и их характеристика.
3. Презентация как представление фирмы и ее имиджа.
4. Цели экспозиционной деятельности фирмы.
5. Характеристика взаимоотношений со служащими и потребителями.
6. Основные требования к специальностям по связям с общественностью.
7. Основные этапы управления кризисом в фирме, организации и др.
8. Основные принципы коммуникации при разрешении кризиса.
9. Роль PR-служб в схеме стратегического менеджмента.
10. Внешнее консультирование и обязанности собственного специалиста PR-службы
11. Отношения предприятий и учреждений (сфера деятельности по выбору) со средствами массовой информации.

### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

#### 4.3.1. Формируемые компетенции с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-9	владением основами социологических методов (интервью, анкетирование, наблюдение), готовность принять участие в планировании и проведении полевого исследования в стране (регионе) специализации	ПК-9.1	Владение основами социологических методов (интервью, анкетирование, наблюдение)
ДПК-1	владением технологиями информационно-аналитического обеспечения международного сотрудничества, международного PR, информационной политики, методологией и методами аналитических исследований,	ДПК-1.3	Способность осваивать технологии и методы информационного сопровождения международной деятельности

	анализа, прогноза, моделирования, компьютерной обработки статистической информации, разработки стратегий и программ сотрудничества		
--	--	--	--

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-9.1 Владение основами социологических методов (интервью, анкетирование, наблюдение)	Определение целей и задач исследования, выбор методологии и инструментов, планирование работ, поиск информации	Демонстрирует знание методики и технологии организации, проведения и обработки результатов интервью, анкетирования, наблюдения Определяет эффективность социологических методов (интервью, анкетирование, наблюдение) в различных исследованиях
ДПК-1.3 Способность осваивать технологии и методы информационного сопровождения международной деятельности	Определяет методы и технологии информационно-аналитического обеспечения международного сотрудничества, международного PR, информационной политики	Владеет методами и технологиями информационно-аналитического обеспечения международного сотрудничества, международного PR, информационной политики Анализирует и дает оценку методам и технологиям информационно-аналитического обеспечения международного сотрудничества, международного PR, информационной политики в зависимости от целей и задач исследования

#### 4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы к экзамену

1. Цели и задачи PR.
2. Особенности практики PR в учреждениях социально-культурного сервиса.
3. Содержание работы PR.
4. Основные функции по осуществлению связей с общественностью.
5. Виды коммуникаций.
6. Функции PR в современных коммуникациях.
12. Модель коммуникации. Роль кодирования в коммуникациях.
13. Кодирование и декодирование в PR.

14. Классификация направленности коммуникации.
15. Основные виды коммуникаций.
16. Особенности построения вербальных (или речевых) коммуникаций.
17. Виды речевых коммуникаций.
18. Публичные выступления, его подготовка и особенности воспроизведения.  
Правила составления текстовых материалов.
19. Невербальные коммуникации и их роль в социально-культурном сервисе.
20. Функции массовых коммуникаций.
21. Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения.
22. Принципы организации систем и средств массовых коммуникаций.
23. Структурно - блочный состав информатизационной системы и ее взаимосвязи с внешней средой.
24. Особенности взаимодействия внешней среды с макросредой, микросредой и вышестоящими уровнями управления.
25. Принципы формирования системы массовых коммуникаций.
26. Системные отношения средств массовой коммуникации.
27. Массовые коммуникации и средства массовой информации.
28. Определение «паблисити» и «имидж».
29. Формирование паблисити средствами PR.
30. Основные этапы работы по созданию имиджа фирмы.
31. Процесс формирования корпоративного имиджа.
32. Формы организации PR.
33. Организация деятельности PR.
34. Основные определения и сущность Паблик рилейшинз.
35. Развитие технических средств широкомасштабной передачи информации PR в начале XX века.
36. Рост значимости PR в середине XX века.
37. Становление рыночной экономики в России и развитие PR в конце XX - начале XXI века.
38. Принципы использования механизмов PR в рыночных связях.
39. Зависимость функционирования предприятий от объектов связей с общественностью.
40. Основные элементы PR.
41. Особенности взаимодействия PR и маркетинга.
42. Основные факторы воздействия связей с общественностью на успешное развитие учреждений и предприятий социально-культурного сервиса.
43. Цели и задачи PR.
44. Особенности практики PR в учреждениях социально-культурного сервиса.
45. Содержание работы PR.
46. Основные функции по осуществлению связей с общественностью.
47. Виды коммуникаций.
48. Функции PR в современных коммуникациях.
49. Модель коммуникации. Роль кодирования в коммуникациях.
50. Кодирование и декодирование в PR.
51. Классификация направленности коммуникации.
52. Основные виды коммуникаций.
53. Особенности построения вербальных (или речевых) коммуникаций.
54. Виды речевых коммуникаций.
55. Публичные выступления, его подготовка и особенности воспроизведения.  
Правила составления текстовых материалов.
56. Невербальные коммуникации и их роль в социально-культурном сервисе.
57. Функции массовых коммуникаций.

58. Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения.
59. Принципы организации систем и средств массовых коммуникаций.
60. Структурно - блочный состав информатизационной системы и ее взаимосвязи с внешней средой.

#### Шкала оценивания.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

#### **4.4. Методические материалы**

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

#### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

*Методические указания по самостоятельной подготовке к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:*

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Вопросы для самостоятельной подготовки (самопроверки):

1. Особенности взаимодействия внешней среды с макросредой, микросредой и вышестоящими уровнями управления.
2. Принципы формирования системы массовых коммуникаций.
3. Системные отношения средств массовой коммуникации.
4. Массовые коммуникации и средства массовой информации.
5. Определение «паблисити» и «имидж».
6. Формирование паблисити средствами PR.
7. Основные этапы работы по созданию имиджа фирмы.
8. Отношения предприятий и учреждений социально-культурного сервиса и туризма со средствами массовой информации.
9. Процесс формирования корпоративного имиджа.
10. Формы организации PR.
11. Организация деятельности PR.
12. Становление PR как области знаний и сферы деятельности.
13. Сущность и особенности менеджмента PR в социокультурной среде.
14. Традиции в системе общественных отношений и пути их формирования.
15. Общие правила отношений со СМИ.

16. Массовые коммуникации как важный социальный и политический институт современного общества.
17. Комплектование информационных пакетов.
18. Основные функции и задачи PR в рамках государственного учреждения.
19. Значение PR в повышении роли и авторитета правительственных структур в сознании граждан.
20. Характер источников и вид обратной связи между аудиторией и СМИ.
21. Приемы и пресс-конференции как методы передачи информации.
22. Основные обязанности специалиста PR в деятельности информационных центров.
23. Коммуникационные барьеры в процессы распространения информации.
24. Подготовка публичных выступлений в аудитории, по радио, на телевидении.

*Методические указания по подготовке докладов:*

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:
  - указывается тема и цель доклада;
  - обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.
2. Основное содержание доклада:
  - последовательно раскрываются тематические разделы доклада.
3. Заключение:
  - приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Основная литература**

- 1 Монахов В.Е. Связи с общественностью в органах власти. Учебник для академического бакалавриата / Монахов В.Е., Васильева М.М., Мехонцев В.В., Жеглова Ю.Г., Погребенков В.И., Попкова Е.Е., Чашихин Б.Д. - М.: Издательство Юрайт, 2015. - ЭБС «Юрайт» [[http://urait.ru/catalog/pechatnye\\_izdaniya/32159/](http://urait.ru/catalog/pechatnye_izdaniya/32159/)]
- 2 Корецкий, В. А. Социология глобальных процессов : учебно-методический комплекс для подготовки магистров / РАНХиГС при Президенте РФ, Ин-т государственной службы и управления персоналом. - М., 2014. - 400 с.
- 3 Синяева И.М., Романенкова О.Н. Реклама и связи с общественностью. Учебник для бакалавров - М.: Юрайт, 2015 - ЭБС "Юрайт" [http://www.biblio-online.ru/thematic/?31&id=urait.content.3C2BCD46-B90B-46FE-9717-B9F4CDB51EAA&type=c\\_pub](http://www.biblio-online.ru/thematic/?31&id=urait.content.3C2BCD46-B90B-46FE-9717-B9F4CDB51EAA&type=c_pub)
- 4 Сторчак, В. М. Социология религии : учебное пособие / Академия труда и социальных отношений, Кафедра социологии и управления социальными процессами. - М., 2012. - 348 с.

### **6.2. Дополнительная литература**

- 1 Космодемьянская К.В. Власть и СМИ: взаимодействие или противостояние? // Теория и практика общественного развития. 2014. № 4. С. 176-179. - ЭБС elibrary <http://elibrary.ru/item.asp?id=21405010>
- 2 Некрасов, С. Ф. Политическая результативность деятельности печатных СМИ :



- монография / РАНХиГС при Президенте РФ, Сибирский ин-т управления. - Новосибирск : Изд-во Сибирской академии государственной службы, 2013. - 191 с.
- 3 Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент. современные подходы и технологии. Учебник и практикум для академического - М.: Юрайт, 2015. - ЭБС "Юрайт" [[http://www.biblio-online.ru/thematic/?29&id=urait.content.B869B608-0625-4BEC-A9DD-FC58BF8AF118&type=c\\_pub](http://www.biblio-online.ru/thematic/?29&id=urait.content.B869B608-0625-4BEC-A9DD-FC58BF8AF118&type=c_pub)]
  - 4 Éva Tessa Udvarhelyi Reflections on a Politics of Research for the Right to the City International Review of Qualitative Research. Vol. 3, No. 4 (Winter 2011), pp. 383-401 - ЭБС Jstor <http://www.jstor.org/stable/10.1525/irqr.2011.3.4.383>
  - 5 Eyun-Jung Ki, Hong-Lim Choi and Junghyuk Lee Does Ethics Statement of a Public Relations Firm Make a Difference? Yes it Does!! Journal of Business Ethics. Vol. 105, No. 2 (January 2012), pp. 267-276 - ЭБС Jstor <http://www.jstor.org/stable/41413260>

### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

1. Агапов, В. С. Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов : монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.
2. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
4. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

### **6.4. Нормативные правовые документы**

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года.(Утв. распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. N 2227-р).

### **6.5. Интернет-ресурсы**

1. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: <http://www.edulib.ru/>
  2. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: <http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm>
  3. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>
  4. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/>
  5. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: <http://www.edu.ru/>
  6. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: <http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx>

### **6.6. Иные источники**

1. Борисова Е.Г. Язык общественно-политической коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие для магистратуры по специальности «Реклама и связи с общественностью»/ Е.Г. Борисова— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 168 с.— Режим

- доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26673.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ А.Г. Квят— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901.html>.— ЭБС «IPRbooks»
  3. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.В. Минаева— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972.html>.— ЭБС «IPRbooks»
  4. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ф.И. Шарков— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 334 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5247.html>.— ЭБС «IPRbooks»

#### **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSC 1607, Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮПАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.