

**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 «25» июня 2019 г. № 11

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.03 Модуль «Международные отношения»  
Б1.В.03.ДВ.01.03 Теория и практика связей с общественностью

---

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

**ТПСО**

---

*(краткое наименование дисциплины)*

**41.03.01 Зарубежное регионоведение**

---

*(код, наименование направления подготовки)*

Управление международными проектами и программами  
(российско-испанская программа)

---

*(направленность (профиль))*

**бакалавр**

---

*(квалификация)*

**очная**

---

*(форма обучения)*

Год набора - 2020

Москва, 2019 г.

**Автор–составитель:**

доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры общественных связей и медиаполитики Назарова Е.А.

кандидат социологических наук, доцент кафедры зарубежного регионоведения и международного сотрудничества Кириллина Н.В.

**Заведующий кафедрой**

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

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	15
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	17
6.1. Основная литература.....	17
6.2. Дополнительная литература.....	17
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	17
6.4. Нормативные правовые документы.....	17
6.5. Интернет-ресурсы.....	18
6.6. Иные источники.....	18
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	18

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

1.1 Дисциплина Б1.В.03.ДВ.01.03 Теория и практика связей с общественностью обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКр-2	Способность планировать и организовывать переговоры, совещания, конференции	ПКр-2.1	Способность осваивать технологии планирования, организации и проведения переговоров, совещаний и конференций
ПКр-9	Способность осуществлять выбор методов редактирования материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла	ПКр-9.1	Способность осуществлять поиск и выявление методов редактирования материалов

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ПКр-2.1	на уровне знаний: демонстрирует знания основных технологий планирования, организации и проведения переговоров, совещаний и конференций
		на уровне умений: умеет использовать технологии планирования, организации и проведения переговоров, совещаний и конференций
		на уровне навыков: применяет технологии планирования, организации и проведения переговоров, совещаний и конференций
	ПКр-9.1	на уровне знаний: демонстрирует знания методов редактирования материалов и способов поиска информации
		на уровне умений: умеет осуществлять поиск и осуществлять подбор методов редактирования материалов
		на уровне навыков: применяет методы редактирования материалов - корректуры, редактирования, комментирования, реферирования, информационно-

		словарного описания в учебной и учебно-профессиональной деятельности
--	--	--

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

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.03.ДВ.01.03 Теория и практика связей с общественностью составляет 1 зачётная единица, 36 часов.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 32 часов: лекции – 16 часов, практические занятия – 16 часов. Самостоятельная работа составляет 4 часа.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.03.ДВ.01.03 Теория и практика связей с общественностью предусмотрена на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина Б1.В.03.ДВ.01.03 Теория и практика связей с общественностью входит в дисциплины по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

В содержательном плане дисциплина опирается на предыдущий уровень образования.

Достижение планируемых результатов обучения служит основой для Б1.В.04.ДВ.09.01 Психология делового общения (5 семестр), Б1.В.04.ДВ.09.02 Кросскультурный менеджмент (5 семестр), Б1.В.04.ДВ.09.03 Кросскультурный менеджмент (Crosscultural management) (5 семестр), Б1.В.04.ДВ.01.01 Информационные технологии управления проектами (5 семестр), Б1.В.04.ДВ.01.02 Основы проектной деятельности в социальных сетях (5 семестр), Б1.В.04.ДВ.01.03 Финансовые рынки (5 семестр), Б1.В.04.02 Практикум "Разработка и презентация международного проекта (программы)" (7 семестр).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет с оценкой.

## 3. Содержание и структура дисциплины

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Паблик рилейшнз: история становления и опыт развития	4	2		2			О
Тема 2	Роль и место PR в современном обществе	4	2		2			О
Тема 3	Цели, задачи и функции Паблик рилейшинз	4	2		2			О
Тема 4	Виды коммуникаций	4	2		2			О
Тема 5	Средства массовой коммуникации, их классификация и назначение	4	2		2			О
Тема 6	Принципы организации систем и средств массовых	4	2		2			О

	коммуникаций						
Тема 7	Работа с основными группами общественности	6	2		2		О
Тема 8	Формы организации паблик рилейшинз	6	2		2		О, Р
Промежуточная аттестация							ЗаО
<b>Всего:</b>		36	16		16		4

*Примечание:*

*\*\* – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р)*

*\*\*\* - формы промежуточной аттестации: зачет с оценкой (ЗаО).*

## 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 используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Паблик рилейшнз: история становления и опыт развития	опрос
Тема 2	Роль и место PR в современном обществе	опрос
Тема 3	Цели, задачи и функции Паблик рилейшнз	опрос
Тема 4	Виды коммуникаций	опрос

Тема 5	Средства массовой коммуникации, их классификация и назначение	опрос
Тема 6	Принципы организации систем и средств массовых коммуникаций	опрос
Тема 7	Работа с основными группами общественности	опрос
Тема 8	Формы организации публичных отношений	Опрос, защита реферата

4.1.2. Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств) по вопросам и заданиям.

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,
- участие в обсуждении докладов,
- защита реферата.

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, по результатам защиты реферата.

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

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

#### **Тема 1. Публичных отношений: история становления и опыт развития**

1. Основные определения Публичных отношений.
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 «Публичных отношений России».

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

1. Принципы использования механизмов PR в рыночных связях.
2. Основные составляющие 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 публичности средствами PR.
6. Основные этапы работы по созданию имиджа фирмы.
7. Процесс формирования корпоративного имиджа.

#### **Тема 8. Формы организации публичных отношений**

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*

7. Роль связей с общественностью (СО) в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
8. Соотношение понятий и функций: СО и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг, СО и публичность.
9. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
10. Основные организационные структуры в СО.
11. Функции отделов по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.
12. Этика и профессиональные стандарты в СО. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
13. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.
14. Этика во взаимоотношениях с журналистами.
15. Виды нормативных документов, регулирующих профессиональное поведение PR-специалиста.
16. Основные международные Кодексы профессиональных стандартов в области СО.
17. Центральные средства массовой информации (СМИ), региональные СМИ, местные СМИ. Преимущества и недостатки каждого вида СМИ с точки зрения СО.
18. Главные международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью. Крупнейшие международные агентства и сети PR-агентств.
19. Политический PR и формирование общественного мнения.
20. Грязные политтехнологии в книге В. Пелевина «Generation П».
21. «Брошенное поколение» и «русская идея» в книге В. Пелевина «Generation П».
22. Особенности public relations в [современной российской политике](#).
23. Возникновение и развитие связей с общественностью в органах государственной власти.
24. Выстраивание отношений с общественными организациями и политическими партиями в практике government relations.
25. GR-обеспечение региональной экспансии компании.
26. Event-менеджмент в решении задач GR.
27. Современные информационные технологии в деятельности органов государственной власти и ОМСУ.
28. Реализация концепции «электронного правительства» в России: проблемы и перспективы. Концепция «электронного правительства»: сущность, задачи, опыт зарубежных стран (E-Government).
29. Интернет-сайт как средство управления общественным мнением.

30. Специфика рекламных коммуникаций в сфере государственного и муниципального управления.
31. Мифы и стереотипы как инструменты связей с общественностью.
32. Благотворительность как инструмент формирования общественного мнения.
33. Каналы неформальной коммуникации в деятельности органов государственной власти.
34. Государственный праздник как PR-инструмент.
35. Лоббирование в практике PR.
36. Государственный PR и имидж страны.
37. Взаимодействие государственной организации с общественностью: этические и правовые проблемы.
38. Основные проблемы взаимодействия с общественностью в рамках коммуникационной политики.
39. Участие коммерческих компаний в [мероприятиях органов власти](#).
40. Деятельность органов пресс-службы в органах исполнительной власти.
41. Социальный PR в практике работы государственных служб по связям с общественностью.
42. Социальный PR государственных институтов.
43. Позиционирование как основная стратегия построения имиджа госструктур.
44. Управление процессом формирования имиджа государственной организации.
45. Особенности антикризисных коммуникаций в сфере государственного управления.
46. Модели антикризисного управления в государственной сфере.
47. Выстраивание отношений бизнеса с регулирующими (контрольными) органами власти.
48. Организация взаимоотношений органов государственной власти и органов МСУ с политическими, общественными, профессиональными организациями, коммерческими структурами, объединениями граждан.
49. Специфика информационной работы в отраслевых министерствах и ведомствах.
50. Государственные PR-кампании (Связи с общественностью в федеральных и региональных структурах, органах местного самоуправления, силовых структурах и спецслужбах).
51. Планирование и проведение кампаний в сфере связей с общественностью для государственных организаций.
52. Проблемы и перспективы развития государственного рынка PR.

#### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций 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
ПКр-2	Способность планировать и организовывать переговоры, совещания, конференции	ПКр-2.1	Способность осваивать технологии планирования, организации и проведения переговоров, совещаний и конференций
ПКр-9	Способность осуществлять выбор методов редактирования	ПКр-9.1	Способность осуществлять поиск и выявление методов редактирования материалов

	материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла		
--	--	--	--

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПКр-2.1 Способность осуществлять поиск и выявление методов редактирования материалов	Знает основные технологии планирования, организации и проведения переговоров, совещаний и конференций. Умеет использовать технологии планирования, организации и проведения переговоров, совещаний и конференций	Продemonстрировано знание основных технологий планирования, организации и проведения переговоров, совещаний и конференций. Продemonстрировано применение технологий планирования, организации и проведения переговоров, совещаний и конференций
ПКр-9.1 Способность осуществлять поиск и выявление методов редактирования материалов	Определяет поиск и выявление методов редактирования материалов	Определены методы методов редактирования материалов - корректура, редактирование, комментирование, реферирование, информационно-словарное описание

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

##### Примерные вопросы к зачету с оценкой

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.
7. Модель коммуникации. Роль кодирования в коммуникациях.
8. Кодирование и декодирование в PR.
9. Классификация направленности коммуникации.
10. Основные виды коммуникаций.
11. Особенности построения вербальных (или речевых) коммуникаций.
12. Виды речевых коммуникаций.
13. Публичные выступления, его подготовка и особенности воспроизведения. Правила составления текстовых материалов.
14. Невербальные коммуникации и их роль в социально-культурном сервисе.
15. Функции массовых коммуникаций.
16. Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения.
17. Принципы организации систем и средств массовых коммуникаций.
18. Структурно - блочный состав информатизационной системы и ее взаимосвязи с внешней средой.
19. Особенности взаимодействия внешней среды с макросредой, микросредой и

вышестоящими уровнями управления.

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

73. Комплектование информационных пакетов.
74. Основные функции и задачи PR в рамках государственного учреждения.
75. Значение PR в повышении роли и авторитета правительственных структур в сознании граждан.
76. Характер источников и вид обратной связи между аудиторией и СМИ.
77. Приемы и пресс-конференции как методы передачи информации.
78. Основные обязанности специалиста PR в деятельности информационных центров.
79. Коммуникационные барьеры в процессы распространения информации.
80. Подготовка публичных выступлений в аудитории, по радио, на телевидении.
81. Методика организации специальных событий (презентация, День открытых дверей, «круглые столы» и др.).
82. Видовое многообразие специальных событий и их характеристика.
83. Презентация как представление фирмы и ее имиджа.
84. Цели экспозиционной деятельности фирмы.
85. Характеристика взаимоотношений со служащими и потребителями.
86. Основные требования к специальностям по связям с общественностью.
87. Основные этапы управления кризисом в фирме, организации и др.
88. Основные принципы коммуникации при разрешении кризиса.
89. Роль PR-служб в схеме стратегического менеджмента.
90. Внешнее консультирование и обязанности собственного специалиста PR-службы.

#### **Задания к зачету:**

1. Перечислить приемы и пресс-конференции как методы передачи информации.
2. Охарактеризовать роль средств массовой информации в формировании общественного мнения.
3. Объяснить рост значимости PR в середине XX века.

#### **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

Студент допускается к зачету с оценкой по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Студенту необходимо внимательно изучить и осмыслить материалы вопросов к зачету, представленные в рекомендованных учебниках и других источниках (Интернет-ресурсы, научно-методические журналы и пр.). Структурировать теоретический материал, составить план его представления.

Ответ вопрос и решение практического задания важно излагать с позиции значения для профессиональной деятельности. При этом важно показать знание не только теории вопроса, но и практическое применение.

Результат по сдаче зачета объявляется студентам и вносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку. «Неудовлетворительно» проставляется в ведомости.

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

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.

*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. Массовые коммуникации и средства массовой информации.
2. Определение «паблисити» и «имидж».
3. Формирование паблисити средствами PR.
4. Основные этапы работы по созданию имиджа фирмы.
5. Процесс формирования корпоративного имиджа.
6. Формы организации PR.
7. Организация деятельности PR.
8. Становление PR как области знаний и сферы деятельности.
9. Сущность и особенности менеджмента PR в социокультурной среде.
10. Традиции в системе общественных отношений и пути их формирования.
11. Общие правила отношений с СМИ.
12. Массовые коммуникации как важный социальный и политический институт современного общества.

*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.

*Методические рекомендации по написанию реферата:*

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.



Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения.

Объем реферата 7-15 стр.

## **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. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.А. Шомова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 198 с. — 978-5-7567-0598-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8968.html>

### **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)]

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

1. 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»
2. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
3. 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»
4. 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. Конституция Российской Федерации.
2. Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации : Федеральный закон от 06.10.1999 № 184-ФЗ

#### **6.5. Интернет-ресурсы**

1. [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru) - Российская национальная библиотека
2. [www.nns.ru](http://www.nns.ru) - Национальная электронная библиотека
3. [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru) - Российская государственная библиотека
4. [www.businesslearning.ru](http://www.businesslearning.ru) - Система дистанционного бизнес образования
5. <http://www.garant.ru/> - Гарант

#### **6.6. Иные источники**

1. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства - М. : Дашков и К, 2016. - 507 с.
2. 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/)]
3. 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>
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>

#### **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 ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.