

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущей и промежуточной аттестации

По учебной дисциплине
«Связи с общественностью»

Для направления подготовки 38.03.03 Управление персоналом

Направленность программы - бакалавриат

Описание показателей (дескрипторов) и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Контроль качества освоения дисциплины (модуля) включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Компетенции	Показатели	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство (промежуточная аттестация)
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
УК-3.	Знать	основы организации социального взаимодействия, в т.ч. с учетом возрастных, гендерных особенностей;	- современные технологии взаимодействия	- современные технологии взаимодействия, с учетом основных закономерностей возрастного и индивидуального развития, культурных различий, особенностей социализации личности	Устный опрос, Доклад с презентацией
	Уметь	- организовывать, управлять ситуациями общения, сотрудничества, развивая активность, самостоятельность, инициативность, творческие способности участников социального взаимодействия	- создавать безопасную и психологически комфортную среду	- создавать безопасную и психологически комфортную среду, защищая интересы участников социального взаимодействия	Устный опрос, Доклад с презентацией, Деловая игра тестирование
	Владеть	- методами организации конструктивного социального взаимодействия;	- способностью организовывать, управлять ситуациями общения, сотрудничества	- способностью организовывать, управлять ситуациями общения, сотрудничества, с учетом возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий его участников	Устный опрос, Доклад с презентацией

УК-4.	Знать	языковые нормы, коммуникативные технологии	Принципы деловой коммуникации , умело использовать их при профессиональном взаимодействии	Принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Устный опрос, Доклад с презентацией
	Уметь	использовать научную лексику. Проявляет знания архивной терминологии	Составляет различные виды официальных документов, умеет найти нужные документы в архиве.	применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию	Устный опрос, Доклад с презентацией
	Владеть	методикой составления текстов официальных документов по управлению персоналом, с использованием служебно-делового стиля.	современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества	современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества, понимает необходимость использования их в своей профессиональной деятельности.	Устный опрос, конспект, Доклад с презентацией
ПК 1	Знать	основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России	методы выявления ответственных работников подразделения за работу в процессе подразделения организации или административном регламенте подразделения организации, отвечающих за организацию связей с общественностью	методику для определения потребность организации в персонале, осуществлять поиск, привлечение, подбор и отбор персонала в нужное подразделение	Устный опрос, Доклад с презентацией, деловая игра
	Уметь	использовать формы и методы системы PR для успешной реализации крупных проектов за счет учета общественного мнения, умения на него воздействовать и устанавливать активные коммуникации не только с целевыми аудиториями, но и с различными представителями деловых кругов; осуществлять анализ	выявлять ответственных работников подразделения за работу в процессе подразделения организации или административном регламенте подразделения организации, отвечающего за организацию связей с общественностью	Подготавливать предложения по формированию бюджета на поиск, привлечение, подбор и отбор персонала. Вести диалог с претендентами на должность	Устный опрос, Доклад с презентацией тестирование

		любых СМИ и организовывать любые PR мероприятия; осуществлять управление информацией для формирования общественного мнения			
	Владеть	механизмами планирования, организации и проведения PR-кампаний в результате реализации коммуникаций; навыками ведения взаимодействия по кадровым вопросам современными PR-технологиями и особенностями их применения в различных сферах профессиональной деятельности менеджера по персоналу	навыками выявления ответственных работников подразделения за работу в процессе подразделения организации или административном регламенте подразделения организации, отвечающих за организацию связей с общественностью	навыками планирования и осуществления мероприятий, направленных на ее реализацию	Устный опрос, Доклад с презентацией, тестирование

2. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучаемых и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях. Контролируемые разделы (темы) дисциплины, компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

Мо- дуль	№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства**
-------------	----------	---	--------------------------------	------------------------------------

			(или ее части)	
1	1	Социальное воздействие. Понятие и сущность социального воздействия.	УК-3, 4 ПК-1	Устный опрос. Деловая игра
	2	Виды общественных отношений и закономерности их взаимодействия		Конспект. Терминологический диктант. Доклады. Реферат
2	3	Понятие общества и его сущность. Типы обществ. Прогресс и регресс в развитии общества. Управленческое общение как механизм функционально- ролевого взаимодействия личности	УК-3, 4 ПК-7	Доклады. Эссе. Терминологический диктант
	4	Технология общения. Общественность и общественное мнение в Паблик рилейшнз. PR в функциональной структуре организации		Устный ответ. Эссе. Доклады. Реферат. Конспект
3	5	Средства массовой информации в PR. Основные формы сотрудничества со СМИ, журналистская деятельность PR-служб	УК-3, 4 ПК-1, 7	Устный ответ. Деловая игра. Дискуссия
	6	Правовые и этические основы PR-деятельности. Связи с общественностью в политике и государственном управлении		Деловая игра. Терминологический диктант. Устный ответ. Реферат
	7	PR в бизнесе, процессах внутрикорпоративного менеджмента	УК-3, 4 ПК-1, 7	Конспект
4	8	Анализ и формирование общественного мнения	УК-3, 4 ПК-1, 7	Доклады. Дискуссия
	9	PR деятельность в конфликтной ситуации		Тестирование. Зачет

Критерии и шкала оценивания устного ответа

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
<i>отлично</i>	ставится, если учащийся: полностью освоил учебный материал; сумел изложить его своими словами; может самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами; правильно и обстоятельно отвечать на дополнительные вопросы.
<i>хорошо</i>	ставится, если учащийся: в основном усвоил учебный материал, допускает незначительные ошибки при его изложении своими словами; подтверждает ответ конкретными примерами; правильно отвечает на дополнительные вопросы.
<i>удовлетворительно</i>	ставится, если учащийся: не усвоил существенную часть учебного материала; допускает значительные ошибки при его изложении своими словами; затрудняется подтвердить ответ конкретными примерами; слабо отвечает на дополнительные вопросы.

<i>неудовлетворительно</i>	ставится, если учащийся: почти не усвоил учебный материал; не может изложить его своими словами; не может подтвердить ответ конкретными примерами; не отвечает на большую часть дополнительных вопросов.
----------------------------	--

Критерии и шкала оценивания тестового задания

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
<i>отлично</i>	<i>75 % и выше правильных ответов;</i>
<i>хорошо</i>	<i>65 – 75 % правильных ответов;</i>
<i>удовлетворительно</i>	<i>55–65 % правильных ответов;</i>
<i>неудовлетворительно</i>	<i>менее 55% правильных ответов</i>

Критерии и шкала оценивания доклада

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
<i>отлично</i>	студент показал отличные знания по теме; качество устного выступления высокое. Имеется презентация.
<i>хорошо</i>	задание выполнено правильно, с достаточной степенью полноты; качество устного выступления - хорошее.
<i>удовлетворительно</i>	задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию информации. Качество устного выступления -удовлетворительное.
<i>неудовлетворительно</i>	работа не выполнена или приводятся сведения, не относящиеся к поставленному вопросу; содержание не совпадает с поставленным вопросом.

Критерии и шкала оценивания конспекта

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
<i>отлично</i>	материал изложен кратко (конспект ориентировочно не должен превышать 1/8 от первичного текста); ясная, чёткая структуризация материала, что обеспечивает его быстрое считывание, схватывание общей логики и т. д.; научная корректность; оригинальность индивидуальной обработки материала;
<i>хорошо</i>	конспект выполнен правильно, с достаточной степенью полноты, основной материал выделен, объем превышает норму для конспекта.
<i>удовлетворительно</i>	конспект выполнен удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию информации.
<i>неудовлетворительно</i>	работа не выполнена или приводятся сведения, не относящиеся к поставленному вопросу; содержание не совпадает с поставленным вопросом.

Критерии и шкала оценивания терминологического диктанта

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
<i>отлично</i>	<i>оценка соответствует количеству данных правильно ответов: 81 % и выше;</i>
<i>хорошо</i>	<i>оценка соответствует количеству данных правильно ответов: 66 - 80 %;</i>
<i>удовлетворительно</i>	<i>55-65 % правильных ответов;</i>
<i>неудовлетворительно</i>	<i>менее 55 % правильных ответов.</i>

Критерии и шкала оценивания реферата

<i>отлично</i>	Тема реферата раскрыта полностью. Оформление реферата соответствует требованиям.
<i>хорошо</i>	Тема реферата раскрыта не полностью. В оформлении есть недочеты.
<i>удовлетворительно</i>	Реферат лишь частично соответствует заявленной теме. Есть погрешности в оформлении
<i>неудовлетворительно</i>	Реферат не подготовлен.

Критерии и шкала оценивания деловой игры

Оценивается подготовленность студента к деловой игре; аргументированность выступления; владение понятийно–терминологическим аппаратом; умение логически мыслить; способность выделять факторы, влияющие на проблемную ситуацию и оценивать их последствия; способность предлагать новые альтернативные решения проблемы и оценивать их эффективность.

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
<i>отлично</i>	Принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре
<i>хорошо</i>	Принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре
<i>удовлетворительно</i>	Принимает участие в работе группы, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; предлагает не аргументированные, не подкрепленные фактическими данными решения; демонстрирует слабую информационную готовность
<i>неудовлетворительно</i>	Не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы

Критерии и шкала оценивания дискуссии

Оценивается подготовленность студента к теме дискуссии; аргументированность выступления; владение понятийно–терминологическим аппаратом; умение логически мыслить; способность выделять факторы, влияющие на проблемную ситуацию и оценивать их последствия; способность предлагать новые альтернативные решения проблемы и оценивать их эффективность.

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
<i>отлично</i>	Демонстрирует полное понимание обсуждаемой проблемы, высказывает собственное суждение по вопросу, аргументировано отвечает на вопросы участников, соблюдает регламент выступления
<i>хорошо</i>	Понимает суть рассматриваемой проблемы, может высказать типовое суждение по вопросу, отвечает на вопросы участников,

	однако выступление носит затянутый или не аргументированный характер
<i>удовлетворительно</i>	Принимает участие в обсуждении, однако собственного мнения по вопросу не высказывает, либо высказывает мнение, не отличающееся от мнения других докладчиков. Невысокая дискуссионная активность..
<i>неудовлетворительно</i>	Не принимает участия в обсуждении

Критерии и шкала оценивания эссе

<i>отлично</i>	<ul style="list-style-type: none"> – материал эссе соответствует выбранной теме; – прослеживается философское понимание выбранной темы; – убедительность приводимых аргументов; – согласованность, последовательность, логичность изложения; – оригинальность эссе – приводятся различные точки зрения и их личная оценка. – грамотно применяются категории анализа; – студент умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений; – способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению; – диапазон используемого информационного пространства (студент использует большое количество различных источников информации); – дает личную оценку проблеме
<i>хорошо</i>	<ul style="list-style-type: none"> – используемые понятия строго соответствуют теме; – самостоятельность выполнения работы. – ясность и четкость изложения; – логика структурирования доказательств – выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией; – фактическая аргументация дана с опорой только на личный социальный опыт и житейские представления или приведены примеры из источника одного типа
<i>удовлетворительно</i>	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствует аргументация собственного мнения – приводятся отдельные относящиеся к теме, но не связанные между собой и другими компонентами аргументации понятия или положения
<i>неудовлетворительно</i>	– смысл высказывания не раскрыт, содержание эссе не даёт представления о понимании темы

2.3. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено»:

<i>Шкала оценивания</i>	<i>Критерии</i>	<i>Уровень освоения компетенций</i>
-------------------------	-----------------	-------------------------------------

	Оценки «зачтено» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой.	<i>Эталонный</i>
<i>зачтено</i>	Также оценка «зачтено» выставляется студентам, обнаружившим полное знание учебного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную кафедрой, демонстрирующие систематический характер знаний по дисциплине и способные к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	<i>Стандартный</i>
	Оценкой «зачтено» оцениваются ответы студентов, показавших знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе или при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.	<i>Пороговый</i>
<i>незачтено</i>	Оценка «незачтено» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине	<i>Компетенции не сформированы</i>

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости

Темы для устного ответа на практических занятиях

Тема 1. Социальное воздействие. Понятие и сущность социального воздействия. Понятие социального взаимодействия

1. СО: многообразие определений и понятий. Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития науки.
2. Роль СО в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции СО, соотношение понятий и функций: СО и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг, СО и публицити.
3. Основные профессиональные термины и понятия.
4. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.

Тема 4. Технология общения. Общественность и общественное мнение в Паблик рилейшнз. PR в функциональной структуре организации

1. Общая характеристика функций специалиста по СО, его статус и круг решаемых задач.
2. Составные части профессиональной деятельности: информирование общественности, формирование общественного мнения, кризисные коммуникации, управление проблемными ситуациями, управление репутацией и создание благоприятного имиджа.
3. Требования к специалисту по СО. Профессиональные стандарты в России и за рубежом.

Тема 4. Технология общения. Общественность и общественное мнение в Паблик рилейшнз. PR в функциональной структуре организации

1. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитории, покупатели-потребители, журналисты как ключевая аудитория.
2. Определение понятий «лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов», экономическое, финансовое сообщество, политическая, социо-культурная, клерикальная, профессиональная среда.

Тема 5. Средства массовой информации в PR. Основные формы сотрудничества со СМИ, журналистская деятельность PR – служб. Взаимоотношения со средствами массовой информации. разновидности материалов для СМИ

1. Виды СМК, используемых в СО:
 - электронные, технические, универсальные, комбинированные;
 - центральные СМИ, региональные СМИ, местные СМИ, общественно-политические, деловые, специализированные, профессиональные, научно-популярные СМИ.
 - информационные СМИ в Интернете.
2. Преимущества и недостатки каждого вида СМК с точки зрения СО.
Понятие «база данных целевых СМИ». Критерии отбора и оценки эффективности использования средств коммуникации для различных PR-мероприятий и программ. Рейтинги СМИ. Стратегия и тактика взаимоотношений с местными, региональными, центральными и международными СМИ. СМИ и информационные сайты в Интернете.
3. Система приоритетов в использовании средств коммуникации. Коммуникационный аудит информационной деятельности коммерческих и государственных структур. Специфика использования различных видов СМК в PR-поддержке деятельности государственных учреждений и организаций, коммерческих структур, общественно-политических организаций и объединений. Технологии использования средств коммуникаций в управлении проблемными (issue management) и кризисными (crisis communications) ситуациями.

4. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования:

- оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный, hard copy/soft copy), информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное), информационный бюллетень (newsletter), квартальный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на PR-услуги (PR-brief), биографическая справка, пресс-досье, пресс-клиппинг, аналитическая справка, статья опровержение, «красная папка кризисного реагирования («Red folder»)), приглашение на PR-мероприятие, анкета-опросный лист, распечатка баз данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий PR-мероприятия, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи.

- имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная (фирменная) многотиражная газета, буклет «Профиль фирмы», Годовой отчет, Письмо к акционерам, история (летопись) фирмы, биография высшего руководства, слайдовый, видеофильм или компьютерная презентация, портфолио.

- интерактивные электронные имиджевые документы в Интернете.

- служебные PR-документы: PR-brief, распределение обязанностей между клиентом и агентством, постатейная разбивка бюджета.

5. Виды рабочих мероприятий:

Мероприятия для СМИ: пресс-конференция и брифинг, пресс-тур, тематический образовательный семинар, конкурс среди журналистов на лучший материал, пресс-завтрак, эксклюзивные интервью, видеоконференции и телемосты, информационное спонсорство.

Тема 6. Правовые и этические основы PR – деятельности. Связи с общественностью в политике и государственном управлении

1. Основные организационные структуры в СО: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая фирма по СО, независимая международная компания, международная сеть агентств.

2. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.

3. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Основные составляющие понятия «корпоративный гражданин России».

4. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью. Агентства «полного цикла». Рейтинги российских агентств по классификации и оценочной шкале «РОМИР» и международных компаний по оценочной шкале Совета PR-фирм США (CPRF).

5. Функции и задачи PR-специалиста в работе с каналами СМИ (media relations). Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ.

6. Организация работы корпоративного пресс-центра и Информационного бюро. Виды пресс-центров. Интерактивный корпоративный Web-site. Композиция, основные рубрики и требования к корпоративным сайтам в Интернете.

7. Роль многотиражной «фирменной» прессы, электронных информационных бюллетеней и других видов коммуникаций во взаимоотношениях с персоналом (employee relations).

Примерный перечень тем подготовки доклада

Тема 2. Определение общественных отношений. Предмет и задачи. Виды общественных отношений и закономерности их взаимодействия

1. Общественность и общественное мнение в системе управления
2. Структурная характеристика общественности: выделение основных групп
3. Виды общественности. Приоритизация групп общественности
4. Признаки общественного мнения. Типы исследований общественного мнения.

Тема 3. Понятие общества и его сущность. Типы обществ. Прогресс и регресс в развитии общества

1. Правила составления текстовых материалов
2. Невербальные коммуникации
3. Массовые коммуникации и средства массовой информации

Тема 4. Технология общения. Общественность и общественное мнение в Паблик рилейшнз. PR в функциональной структуре организации

1. Работа с радио и телевидением.
2. Жанры информационной публицистики.
3. Жанры аналитической и художественной публицистики.
4. Специальные события в Паблик рилейшнз и их разновидности.

Тема 8. Анализ и формирование общественного мнения

1. Общественность PR
2. Общественное мнение PR
3. Становление PR как области знания и сферы деятельности

Темы для работы над конспектом

Тема 2. Определение общественных отношений. Предмет и задачи. Виды общественных отношений и закономерности их взаимодействия

1. Признаки общественного мнения. Типы исследований общественного мнения.
2. Модели выделения и типологии групп общественности: Дж. Грунига, Дж. Гендрикса, психографическая модель.
3. Модели коммуникаций: Шеннона-Уивера, У. Шрама, Лингвистическая модель Якобсона

Тема 4. Технология общения. Общественность и общественное мнение в Паблик рилейшнз. PR в функциональной структуре организации

1. Основные этапы эволюции института связей общественностью
2. Исторические модели Дж. Грюнинга
3. Общественность и общественное мнение в системе управления
4. Структурная характеристика общественности: выделение основных групп

Тема 7. PR в бизнесе, процессах внутрикорпоративного менеджмента

1. Основные этапы менеджмента
2. Управление общественными отношениями в условиях кризиса
3. PR в бизнесе.

Работа выполняется письменно. Контроль проводится в виде проверки материала конспекта и краткого устного сообщения (5...10 мин) в рамках теоретических и практических занятий. Озвучиванию подлежат главные положения и выводы работы
Время на подготовку конспекта – 2 ч.

Примерный перечень понятий для проведения терминологического диктанта

Тема 2. Определение общественных отношений. Предмет и задачи. Виды общественных отношений и закономерности их взаимодействия

Слухи, средство массовой информации, «черный» PR, общественное мнение, социум, реклама.

Тема 3. Понятие общества и его сущность. Типы обществ. Прогресс и регресс в развитии общества

Закрытая общественность, журналистика, имидж, имидж компании, имидж персонала, имидж потребителей, имидж руководителя, отношения со СМИ

Тема 6. Правовые и этические основы PR-деятельности. Связи с общественностью в политике и государственном управлении

Вербальная коммуникация, копирайт, маркетинг, массовая коммуникация, масс-медиа, PR-коммуникация, PR-кампания

Темы для работы над рефератом

Тема 2. Определение общественных отношений. Предмет и задачи. Виды общественных отношений и закономерности их взаимодействия

1. Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.
2. Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.
3. Основные этапы развития PR в России

Тема 4. Технология общения. Общественность и общественное мнение в Паблик рилейшнз. PR в функциональной структуре организации

1. Работа с радио и телевидением.
2. Жанры информационной публицистики.
3. Жанры аналитической и художественной публицистики.
4. Специальные события в Паблик рилейшнз и их разновидности.

Тема 6. Правовые и этические основы PR-деятельности. Связи с общественностью в политике и государственном управлении

1. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
2. Кодекс профессиональных стандартов PRSA.
3. Декларация этических принципов PACO.
4. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.

Примерный перечень вопросов для тестирования

Тема 9. PR деятельность в конфликтной ситуации

Ответ на вопрос предполагает выбор студентом одного из предлагаемых вариантов ответа.

1. Сэм Блэк – это:
 - а. Автор фундаментальных трудов по public relations
 - б. Человек, изобретший понятие «public relations»
 - в. Советник по public relations президента США Джорджа Буша-младшего
 - г. Торговая марка, под которой продаются различные продуктовые товары
2. Слоган – это:
 - а. Обозначение товарного знака
 - б. Словосочетание, кратко выражающее содержание обращения, эмоционально заряженное
 - в. Процесс разработки фирменного наименования
 - г. Разработка рекламного сообщения о деятельности компании
3. Когда была организована крупнейшая российская ассоциация, объединяющая организации и специалистов, занимающихся public relations?
 - а. 1993г.
 - б. 1991г.
 - в. 1995г.
 - г. 1989г.
4. Что такое имидж?
 - а. Публичный образ политика или иного известного человека
 - б. Визуальный образ компании
 - в. Образ PR-субъекта, сформировавшийся у целевой аудитории
 - г. Целенаправленно создаваемый образ PR-субъекта
5. PR-менеджер - это:
 - а. Специалист, проводящий исследования рынка с целью изучения общественного мнения
 - б. Специалист, осуществляющий комплекс мероприятий, направленных на взаимодействие с общественностью
 - в. Специалист, занимающийся разработкой товарного знака
 - г. Специалист, занимающийся подборкой персонала
6. Что не относится к формальным методам исследования?
 - а. Фокус-группы
 - б. Глубинные интервью
 - в. Контент-анализ
 - г. опросы
7. Как называется крупнейшая российская ассоциация, объединяющая организации и специалистов, занимающихся public relations?
 1. РАСО
 2. АКООС
 3. ИССО
 4. РАССО
8. Исключите лишнюю функцию работы PR-менеджера
 - а. Проведение конференций, семинаров, брифингов
 - б. Разработка стратегии развития компании
 - в. Освещение событий, взаимодействие со средствами массовой информации
 - г. Формирование бюджета PR-кампании
9. PR-кампания – это:

- а. Активная работа с целевой аудиторией
 - б. Комплекс мероприятий, направленных на поддержание и улучшение имиджа компании
 - в. Исследование рынка с целью определения наилучших ниш для внедрения бизнеса
 - г. Поддержание взаимодействия со средствами массовой информации
10. Какими функциями обладает спиндоктор?
- а. Специалист по кризисным ситуациям
 - б. Специалист по подготовке докладов, текстов публичных выступлений
 - в. Специалист, корректирующий освещение событий в СМИ в определенном для компании русле
 - г. Организатор конференций, выставок для потенциальных потребителей услуг
11. Целевая аудитория – это:
- а. Группа людей, объединенных общей целью
 - б. Группа людей, в отношении которых у организации имеется конкретная цель
 - в. Группа людей, объединенных приверженностью к определенной марке товара (бренду)
 - г. Группа людей, опрошенных в ходе количественного исследования
12. Внутриорганизационная культура, характеризующаяся предельно открытыми и дружескими отношениями между сотрудниками компании – это:
- а. клановая культура,
 - б. иерархическая культура,
 - в. адхократическая культура,
 - г. экономическая культура.
13. Законодательство РФ, регулирующее деятельность сферы публичных рилейшнз, было официально оформлено в:
- а. 1999г.
 - б. 2001г.
 - в. 2007г.
 - г. до сих пор не оформлено
14. Ритуализация новости – это:
- а. сообщение новости, «полученной из официальных источников»,
 - б. повторное преподнесение новости общественности,
 - в. «привязывание» новости к какой-либо значимой персоне.
15. Контрреклама или репозиционирование – это:
- а. новое позиционирование компании (товара, услуги) взамен предыдущему, не принёсшему должного эффекта,
 - б. то же, что и антиреклама,
 - в. реклама, которая «отвечает» на вызов (нападки) конкурентов.
16. Целевая аудитория – это:
- а. аудитория СМИ (читатели, зрители, слушатели), в котором размещено ПР-сообщение,
 - б. вся аудитория, которая может увидеть ПР-сообщение,
 - в. совокупность людей, объединённых на основании общих черт и составляющих группу, на которую направлено ПР-сообщение.
17. Политический перформанс – это:
- а. шоу, организуемое на телевидении с целью презентации политической программы кандидата,
 - б. приём конструирования благополучного имиджа кандидата на фоне неудачного имиджа конкурента,
 - в. публичная демонстрация кандидатом активных действий (поведения и т.д.) при их настоящем отсутствии.

18. Генеральный спонсор предоставляет на проведение мероприятия:
- 100% средств,
 - 50% средств,
 - до 25% средств.
19. Постоянный кризис характеризуется:
- невозможностью его разрешения,
 - выгодой его неразрешения на протяжении длительного периода времени,
 - нестабильностью социокультурного положения страны, провоцирующего продолжение кризисной ситуации.
20. Серый ПР – это:
- чёрный ПР в ослабленной форме,
 - ПР вообще, исключая технологии чёрного ПР,
 - преподнесение негативной информации под видом благожелательных намерений.

Перечень вопросов для дискуссии

Тема 5. Средства массовой информации в PR. Основные формы сотрудничества со СМИ, журналистская деятельность PR – служб. Взаимоотношения со средствами массовой информации. разновидности материалов для СМИ

Вопросы для дискуссии

- СМК как основа для формирования ведомственных баз данных, откуда черпается информация для эффективной деятельности структур по связям с общественностью.
- Реклама и паблик рилейшнз: общее и специфическое.

Тема 8. Анализ и формирование общественного мнения

Вопросы для дискуссии

- Необходимость и перспективы интеграции PR-агентств в мировом пространстве
- Формирование общественного мнения

Темы для проведения деловой игры

Тема 1. Социальное воздействие. Понятие и сущность социального воздействия

Деловая игра «Подготовка текста речи на заданную тему»

Для проведения занятия формируются подгруппы, избирается руководитель. Подгруппы выполняют следующие задания:

- Исправление речевых ошибок в тексте (лексических, морфологических, стилистических).
- Выбор темы и подготовка речи (составление плана речи и текста).
- Обсуждение результатов работы подгрупп.

Темы для написания речей:

- Поздравление по случаю юбилея организации.
- Заявление кандидата на выборную должность о намерении баллотироваться.
- Выступление на презентации организации.

4. Выступление иа открытии научно-практической конференции.

Тема 5. Средства массовой информации в PR. Основные формы сотрудничества со СМИ, журналистская деятельность PR – служб. Взаимоотношения со средствами массовой информации. разновидности материалов для СМИ

Деловая игра «Пресс-конференция»

1. Определение темы пресс-конференции.
2. Распределение ролей (главная персона пресс-конференции, пресс-секретарь, ответственный за подготовку пресс-релиза, справочных и информационных материалов, ответственный за приглашение представителей СМИ, сценарист пресс-конференции, ответственный за пресс-релиз об итогах пресс-конференции, представители СМИ.).
3. Подготовка и рассылка пресс-релиза о проведении пресс-конференции.
4. Изготовление табличек, подготовка аудитории.
5. Подготовка выступления официального лица, предполагаемых вопросов представителей СМИ.
6. Репетиция.
7. Проведение пресс-конференции. Вступительное слово. Регламент. Выступление главной персоны пресс-конференции. Вопросы и ответы на вопросы. Чередование позитивных, нейтральных, конфликтных вопросов). Эффект последнего вопроса.
8. *Обсуждение* итогов деловой игры. Подготовка пресс-релиза о проведении пресс-конференции.

Тема 6. Правовые и этические основы PR-деятельности. Связи с общественностью в политике и государственном управлении

Деловая игра

Все студенты группы условно делятся на 4 подгруппы, каждая из которых получает задание – подготовить аргументы в обоснование следующих позиций:

При организации связей с общественностью в рамках проведения политической кампании *я не буду соблюдать нормы закона*, т.к....

При организации связей с общественностью в рамках проведения политической кампании *я не буду соблюдать нормы морали*, т.к....

При организации связей с общественностью в рамках проведения политической кампании *я буду соблюдать нормы закона*, т.к....

При организации связей с общественностью в рамках проведения политической кампании *я буду соблюдать нормы морали*, т.к....

За 30 минут до окончания семинара студенты занимают места в соответствии с участием в группе. Обмениваются подготовленными аргументами и формируют единую позицию в обоснование своего ответа. Каждой группе предоставляется возможность сделать презентацию своих аргументов в обосновании позиции. Студентам выдается карточка для голосования, где они отмечают номер группы, которая наиболее аргументировано отстаивала свою позицию. Создается счетная комиссия, которая подводит итог голосования студентов. Преподаватель подводит итоги работы в группах. Отмечает сильные и слабые аргументы, технологию обсуждения аргументов в группах.

Тема 6. Правовые и этические основы PR-деятельности. Связи с общественностью в политике и государственном управлении

Деловая игра «Грантовая заявка»

Все студенты группы условно делятся на 4 подгруппы, каждая из которых получает задание – самостоятельно разработать проект грантовой заявки для:

- некоммерческой организации;
- органа государственной власти;
- органа местного самоуправления;
- научного сотрудника вуза.

(образец грантовой заявки выдается преподавателем)

В каждой группе происходит разделение заявки на подразделы, где каждый из членов группы получает для написания определенный раздел заявки (например: постановка проблемы, технология реализации проекта, бюджет проекта и т.д.)

За 30 минут до окончания студенты занимают места в соответствии с участием в группе. Обмениваются подготовленными разделами проекта, выбирают студента, который будет делать презентацию грантовой заявки. Каждой группе предоставляется возможность сделать презентацию грантовой заявки. Преподаватель подводит итоги презентаций. Отмечает сильные и слабые стороны разработанных заявок, технологию обсуждения аргументов в группах.

Перечень тем для написания эссе

Тема 3. Понятие общества и его сущность. Типы обществ. Прогресс и регресс в развитии общества. Управленческое общение как механизм функционально- ролевого взаимодействия личности

Эссе на тему:

1. Прогресс и регресс в развитии общества
2. Общество и его сущность

Тема 4 Технология общения. Общественность и общественное мнение в Паблик рилейшнз. PR в функциональной структуре организации

Эссе на тему:

- 1.Технология общения.
2. Пути повышения эффективности служб PR.

3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

Перечень теоретических вопросов к зачету

1. Сущность и содержание PR
2. Принципы и функции PR
3. Основные требования к специалистам PR
4. История развития PR
5. Формы и методы влияния на общественность
6. Организация и планирование деятельности PR
7. .PR и реклама
8. PR в бизнесе
9. .PR в политике
10. .PR в культуре и социальной сфере
11. .Стереотипы и мифы как составная часть PR-работы
12. Создание имиджа средствами PR
13. PR и средства массовой информации
14. Основы информационной политики в РФ и PR

15. Проведение пресс-конференции.
16. Работа с радио и телевидением.
17. Радио - и телевизионное интервью
18. Пресс-конференция
19. Понятие и сущность социального действия
20. Понятие социального взаимодействия, его виды.
21. Формы социального взаимодействия
22. Общественные отношения. Анализ понятий общественных отношений.
23. Виды общественных отношений и закономерности их взаимодействия.
24. Система управления как совокупность социальных отношений
25. Характеристика социальных отношений
26. Типологизация социальных отношений по основаниям
27. Официальные и неофициальные отношения
28. Типологизация социальных отношений по субъекту, по объекту, по модальности.
29. Массовые коммуникации и СМИ
30. Информационные агентства: становление и краткая характеристика
31. Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации. Основные принципы эффективной коммуникации
32. Коммуникации в различных школах управления
33. Место и роль СМИ при формировании общественного мнения
34. История изучения общественного мнения (Дж. Геллап, Л. Харрис)
35. Методика изучения общественного мнения
36. Коммуникации в организации
37. Виды организационных коммуникаций
38. Коммуникационные навыки руководителя
39. Организация специальных событий
40. ПР в системе управления организацией
41. Основные этапы менеджмента
42. Имидж: понятие и общая характеристика
43. Особенности массовых коммуникаций
44. Управление общественными отношениями в условиях кризиса
45. Составление регламентов управленческого труда в организациях
46. Формальные коммуникации в органах государственной власти
47. Каковы основные этапы построения информационных потоков
48. Неформальные коммуникации в организации. Управление неформальными коммуникациями
49. Каковы основные коммуникативные функции рекламы
50. Методы исследования: формальные и неформальные методы
51. Виды общестности: внутренняя общестность и имидж организации
52. Функции имиджа и его компоненты
53. Слух как коммуникативная единица: классификация слухов
54. Информационно-коммуникативная модель управления: типология информации
55. Различия между целевыми функциями ПР и пропаганды, рекламы, маркетинга, публицити.
56. Трактовки ПР: основные подходы
57. Основные этапы эволюции института связей общестностью
58. Исторические модели Дж. Грюнинга
59. Общестность и общестненное мнение в системе управления
60. Структурная характеристика общестственности: выделение основных групп
61. Виды общестственности. Приоритизация групп общестственности
62. Признаки общестственного мнения. Типы исследований общестственного мнения.

63. Модели выделения и типологии групп общественности: Дж. Грунига, Дж. Гендрикса, психографическая модель.
64. Модели коммуникаций: Шеннона-Уивера, У. Шрама, Лингвистическая модель Якобсона
65. СМИ и паблик рилейшнз
66. Основные направления деятельности службы ПР в органах государственного управления.
67. Кодексы профессионального поведения и этики
68. Социальное действие по Хабермасу

Пример содержания зачетного билета

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный
университет»

ЗАЧЕТНЫЙ БИЛЕТ № 4
по дисциплине «Связи с
общественностью».
направление подготовки 38.03.03
Управление персоналом семестр 6

1. ПР в органах власти и управления
2. Правила составления пресс-релиза.
3. Фотография: изготовление, составление сопроводительной подписи и рассылка

Составил

Казарян И.Р.,
зав. каф. «Управление персоналом»,
канд. полит. наук, доцент

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой _____ И.Р. Казарян
«_____» _____ 2017 г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный
университет»

ЗАЧЕТНЫЙ БИЛЕТ № 5
по дисциплине «Связь с
общественностью».
направление подготовки 38.03.03
Управление персоналом семестр 6

1. История развития ПР
2. Проведение пресс-конференции
3. СМИ и паблик рилейшнз

УТВЕРЖДАЮ

Составил

Казарян И.Р.,
зав. каф. «Управление персоналом»,
канд. полит. наук, доцент

Зав. кафедрой _____ И.Р. Казарян

«_____» _____ 2017 г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный
университет»

ЗАЧЕТНЫЙ БИЛЕТ № 4
по дисциплине «Связи с
общественностью».
направление подготовки 38.03.03
Управление персоналом семестр 6

1. Подразделения ПР в организационной структуре организации
2. Основы коммуникации в ПР
3. Разновидности материалов для СМИ.

Составил

Казарян И.Р.,
зав. каф. «Управление персоналом»,
канд. полит. наук, доцент

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой _____ И.Р. Казарян

«_____» _____ 2017 г.

3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов

В таблице представлено описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой дисциплины, и процедур оценивания результатов обучения с помощью запланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Устный ответ	С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы. Оценивается правильность ответа по содержанию задания; полнота и глубина ответа; сознательность ответа; логика изложения материала
Тестирование	Тестирование проводится по результатам освоения разделов

	дисциплины во время практических занятий. Во время проведения тестирования пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения теста, доводит до обучающихся: темы, количество заданий в тесте время выполнения.
Доклад	Защита докладов предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводится во время практических занятий. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения контроля, доводит до обучающихся: тему докладов и требования, предъявляемые к их выполнению и защите
Конспект	Темы для конспектирования выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Материал конспектируют студенты во внеурочное время. Конспект должен быть выполнен в установленный преподавателем срок и в соответствии с требованиями к оформлению (текстовой и графической частей). Выполненный конспект в назначенный срок сдаются на проверку
Реферат	Темы и критерии оценивания реферата выдаются вначале семестра. Выполненные работы сдаются преподавателю в соответствии с графиком сдачи реферата, который составляется вначале семестра
Деловая игра	Деловая игра проводится во время практических занятий. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения деловой игры, доводит до обучающихся тему деловой игры, задания и вопросы для ее проведения
Дискуссия	Дискуссии проводятся во время практических занятий. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения круглого стола, доводит до обучающихся тему круглого стола, задания и вопросы для проведения круглого стола
Эссе	Темы для эссе выдаются преподавателем не позднее чем за две недели до сдачи, Преподаватель консультирует студента в ходе написания эссе. Работа выполняется внеурочное время. В установленный срок работа сдается на проверку.
Терминологический диктант	Терминологический диктант выполняется студентом по результатам освоения конкретной темы (раздела) дисциплины в учебное время. Преподаватель на занятии называет перечень основных терминов по конкретной теме (разделу), знакомит студентов с критериями оценивания. Выполненные диктанты сдаются на проверку

Методика оценки деятельности студента

Модуль	Номер раздела	Процедура оценивания*	Оценка	
			<i>min</i>	<i>max</i>
1	1	Устный опрос. Деловая игра	Неудовл.	Отлично
	2	Конспект. Терминологический диктант. Доклады. Реферат	Неудовл.	Отлично
2	3	Доклады. Эссе. Терминологический диктант	Неудовл.	Отлично
	4	Устный ответ. Эссе. Доклады. Реферат. Конспект.	Неудовл.	Отлично
3	5	Деловая игра. Устный ответ. Дискуссия	Неудовл.	Отлично
	6	Терминологический диктант. Деловая игра. Устный ответ. Реферат	Неудовл.	Отлично

	7	Конспект	Неудовл.	Отлично
4	8	Доклады. Дискуссия	Неудовл.	Отлично
	9	Тестирование. Зачет	Неудовл.	Отлично

4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации

Зачет

При определении уровня достижений обучающихся на зачете учитывается:

- знание программного материала дисциплины;
- знания, необходимые для решения типовых заданий, умение выполнять предусмотренные программой типовые задания;
- владение методологией дисциплины, умение применять теоретические знания в нестандартных ситуациях при решении творческих заданий, обосновывать свои действия.

Обучающийся сдает зачет, который проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов. Перечень теоретических вопросов обучающиеся получают в начале семестра.

Составитель:

Петрова Ирина Владимировна,
доцент. «Менеджмента и управления персоналом»,
канд. социол. наук

«01» сентября 2022 г.