

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Арзамасский филиал

Психолого-педагогический факультет

УТВЕРЖДЕНО
решением президиума Ученого совета ННГУ
протокол от
«20» апреля 2021 г. № 1

Рабочая программа дисциплины
Организация связей с общественностью

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

Специалитет

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

37.05.02 Психология служебной деятельности

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Специализация

Морально-психологическое обеспечение служебной деятельности

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Квалификация (степень)

специалист

(бакалавр / магистр / специалист)

Форма обучения

очная

(очная / очно-заочная / заочная)

Арзамас
2021 год

УТВЕРЖДЕНО
решением президиума ученого совета ННГУ
(протокол от 14.12.2021 г. № 4)

**ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
НА 2022-2023 уч.г.**

**Рабочая программа учебной дисциплины и приложение
к ней (фонд оценочных средств дисциплины) одобрены без изменений**

Решение кафедры
социальной работы, сервиса и туризма
(протокол от 16.11.2021 №18)
заведующий кафедрой д.п.н., доцент С.П. Акутина

Решение методической комиссии Арзамасского филиала ННГУ
(протокол от 05.12.2021 №4)
председатель методической комиссии к.п.н., доцент Т.А. Полякова

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Организация связей с общественностью» относится к дисциплинам вариативной части учебного плана образовательной программы специальности 37.05.02 Психология служебной деятельности, специализация Морально-психологическое обеспечение служебной деятельности.

Дисциплина обязательна для освоения студентами очной формы обучения в 3 семестре. Изучение данной дисциплины студентами осуществляется на основе знаний, полученных студентами при изучении курсов «Правоведение», «Общая психология», «Социология», «Психология безопасности».

По итогам курса студенты очной формы сдают зачет.

Целью дисциплины - формирование и развитие компетенций принятия оптимальных организационно-управленческих решений, осуществления делового общения, профессиональной коммуникации на одном из иностранных языков.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников).

Формируемые компетенции (Код/Формулировка)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) (компонентный состав компетенции)
способность принимать оптимальные организационно-управленческие решения (ОК-8)	31 (ОК-8) знать теоретические и методологические подходы к определению сущности и содержания PR; 32 (ОК-8) знать организационные формы управления связями с общественностью, их структурное построение; У1 (ОК-8) уметь определять критерии выбора каналов распространения рекламы PR; У2 (ОК-8) уметь составлять оперативные планы PR-кампаний для успешной реализации крупных маркетинговых проектов; В1 (ОК-8) владеть опытом работы с действующими федеральными законами и нормативными документами, необходимыми для осуществления PR - деятельности; В2 (ОК-8) владеть способностью принимать оптимальные организационно-управленческие решения для реализации PR технологий;
способность к деловому общению, профессиональной коммуникации на одном из иностранных языков (ОК-11)	31 (ОК-11) знать цели, задачи и функции, механизмы организации, планирования и реализации системы PR; 32 (ОК-11) знать модель формирования положительного имиджа организации и методику его оценки; У1 (ОК-11) уметь использовать передовые формы и методы организации PR-кампаний; У2 (ОК-11) уметь использовать инструменты PR для организации делового общения, профессиональных коммуникаций на одном из иностранных языков; В1 (ОК-11) владеть способностью к деловому общению, профессиональной коммуникации на одном из иностранных языков для реализации PR-технологий; В2 (ОК-11) владеть PR-технологиями в организациях служебного профиля;
способностью осуществлять пропаганду психологических знаний среди сотрудников, военнослужащих и служащих (ПК-25)	31 (ПК-25) знать основы психологической пропаганды PR; 32 (ПК-25) знать методы формирования психологической пропаганды в области PR; У1 (ПК-25) уметь использовать формы и методы психологической пропаганды PR-кампаний; У2 (ПК-25) уметь использовать инструменты PR для пропаганды психологических знаний среди сотрудников, военнослужащих и служащих; В1 (ПК-25) владеть методами и приемами организации пропаганды психологических знаний среди сотрудников, военнослужащих и служащих; В2 (ПК-25) владеть способностью организовать пропаганду психологических знаний в области PR среди сотрудников, военнослужащих

деятельности.														
В т.ч. текущий контроль	1								1					
Зачет														
ИТОГО	72		18		18				1				35	

Тема 1. История использования психологии восприятия в PR и рекламе.

История рекламы. Законы психологии восприятия и способы воздействия в социальной рекламе. Акцентуация характеров и восприятия рекламы. Соотношение слова и изображения в рекламе. Использование в рекламе психоанализа и бессознательных желаний потребителя. Психологические аспекты негативной рекламы. Способы защиты от негативной рекламы. Основы позитивной рекламы.

Тема 2. PR в системе социальных отношений.

Организационная структура предприятия. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью. Роль и функции отдела в системе менеджмента качества организации. Основные этапы планирования. Анализ ситуации. Постановка целей, разработка стратегии и тактики. Принципы разработки бюджета. Виды расходов. Пути оптимизации расходов организации на рекламную и PR-деятельность. Наука PR – эволюция развития. Концепция PR. Рынок услуг PR.

Тема 3. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности.

Международные профессиональные кодексы и стандарты. Профессиональная деятельность специалистов PR и рекламы. Корпоративная социальная ответственность. Фандрайзинг. Правовые основы PR-деятельности.

Тема 4. Технология и содержание PR-деятельности.

Инструменты масс-медиа. Базовые PR-документы. Перспективное и оперативное планирование PR. Государство и PR.

Тема 5. Организация PR-деятельности.

Самостоятельные PR-организации. Организационные формы деятельности PR-структур и служб. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя.

Тема 6. Современное состояние государственного PR России.

Государственный PR России на международной арене. Имидж России и российского бизнеса. Интеллектуальное обеспечение избирательной кампании и личный PR политического лидера.

Тема 7. Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности.

Количественные и качественные оценки эффективности рекламы. Исследования и аналитика в сфере PR. Оценка PR-деятельности независимыми экспертами.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа, групповых или индивидуальных консультаций.

4. Образовательные технологии

Образовательные технологии, способствующие развитию компетенций, формируемых дисциплиной:

– **технология проблемного обучения** – стимулирование проявления активности, инициативы, самостоятельности, творчества, решения теоретических и практических задач, развития интеллектуальных способностей: обобщения, систематизации, анализа, синтеза и др. Методы проблемного обучения: проблемное изложение, частично-поисковый метод, исследовательский метод.

– **технология контекстного обучения** – использование системы дидактических форм, методов и средств для моделирования предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности, в том числе с учетом региональных

особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

– **технология обучения в сотрудничестве** – формирование умений работать сообща во временных командах и группах, добиваться качественных образовательных результатов на основе межличностной коммуникации, принятия оптимальных решений, развития лидерских качеств. Технология основана на эмоциональных переживаниях, связанных со стремлением к общему успеху и коллективным достижениям, и формировании личностных качеств, необходимых для эффективной работы в команде или в коллективе. Технология предполагает использование метода групповой работы.

– **информационные образовательные технологии** направлены на овладение средствами поиска, применения и переработки учебной или научной информации средствами компьютерной техники, Интернета, аудио- и видеотехники.

Формы и методы реализации образовательных технологий на занятиях лекционного и семинарского типов представлены в таблице.

Учебная дисциплина **«Организация связей с общественностью»** в качестве обязательного минимума включает 7 тем, интегрирующих тематику теоретической, практической и контрольной составляющих ее содержания.

Теоретическая составляющая формирует систему научно-практических знаний об основах связей с общественностью

Практическая составляющая обеспечивает операционное овладение приемами и технологиями осуществлять организацию связей с общественностью в служебной сфере;

Контрольная составляющая определяет дифференцированный объективный учет процесса и результатов учебной деятельности студентов.

Профессионально-прикладная направленность образовательного процесса объединяет все три составляющих содержания программы, выполняя связующую, координирующую и активизирующую функцию.

Интерактивные образовательные технологии используются в учебном процессе с целью:

- освоения и реализация умений и навыков подготовки и проведения прикладных исследований в сфере связей с общественностью;

- освоение способов и умений организовать – технологии в служебной деятельности;

- развития навыков использования рг– технологий в служебной деятельности.

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа является важнейшей составной частью учебного процесса и обязанностью каждого студента.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс Организация связей с общественностью, созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=8807>

Самостоятельная внеаудиторная работа студентов осуществляется в следующих формах: регламентированная самостоятельная деятельность студентов, подготовка учебно-исследовательских реферативных работ, подготовка мультимедийных презентаций, составление глоссария по теме, выполнение тестовых заданий для самоконтроля знаний, подготовка к зачёту по дисциплине.

Формы самостоятельной работы

1. Изучение программного материала по учебникам, учебным и методическим пособиям, другим источникам.

2. Выполнение практических контрольных заданий.

3. Работа с компьютерными обучающими программами, электронными учебниками, тестовыми системами.
4. Работа со средствами телекоммуникации, в том числе электронной почтой, Интернетом и т.д.
5. Использование электронных библиотек, распределенных и централизованных издательских систем.

6. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

включающий:

6.1 перечень компетенций дисциплины с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы с указанием результатов обучения (знаний, умений, владений), характеризующих этапы их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Формируемые компетенции	Контролируемые (разделы или темы дисциплины)	Форма оценочного средства
Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций		текущего контроля успеваемости/ промежуточной аттестации
ОК-8 способность принимать оптимальные организационно-управленческие решения		
<p>31 (ОК-8) знать теоретические и методологические подходы к определению сущности и содержания PR;</p> <p>32 (ОК-8) знать организационные формы управления связями с общественностью, их структурное построение;</p> <p>У1 (ОК-8) уметь определять критерии выбора каналов распространения рекламы PR;</p> <p>У2 (ОК-8) уметь составлять оперативные планы PR-кампаний для успешной реализации крупных маркетинговых проектов;</p> <p>В1 (ОК-8) владеть опытом работы с действующими федеральными законами и нормативными документами, необходимыми для осуществления PR - деятельности;</p> <p>В2 (ОК-8) владеть навыками активных коммуникаций с различными представителями деловых кругов;</p>	Темы 1-7	<p>Составление глоссария</p> <p>Контрольные задания по теоретическим основам дисциплины</p> <p>Проблемное задание к семинарскому занятию</p> <p>Учебно-исследовательские реферативные работы</p> <p>Диагностические задания: опросы, презентации.</p> <p>Тест</p> <p>зачет</p>
ОК-11 способность к деловому общению, профессиональной коммуникации на одном из иностранных языков		
<p>31 (ОК-11) знать цели, задачи и функции, механизмы организации, планирования и реализации системы PR;</p> <p>32 (ОК-11) знать модель формирования положительного имиджа организации и методику его оценки;</p> <p>У1 (ОК-11) уметь использовать передовые формы и методы организации PR-кампаний;</p> <p>У2 (ОК-11) уметь использовать инструменты PR для организации делового общения, профессионального коммуницирования на одном из иностранных языков;</p> <p>В1 (ОК-11) владеть представлением о проблемах и перспективах рекламы в Интернете;</p> <p>В2 (ОК-11) владеть PR-технологией в организациях</p>	Темы 1-7	<p>Контрольные задания по теоретическим основам дисциплины</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Учебно-исследовательские реферативные работы</p> <p>Отчет по проектной составляющей занятия.</p> <p>Диагностические задания: опросы, презентации;</p> <p>Тест</p>

служебного профиля;		зачет
ПК-25 способностью осуществлять пропаганду психологических знаний среди сотрудников, военнослужащих и служащих		
<p>31 (ПК-25) знать основы психологической пропаганды PR;</p> <p>32 (ПК-25) знать методы формирования психологической пропаганды в области PR;</p> <p>У1 (ПК-25) уметь использовать формы и методы психологической пропаганды PR-кампаний;</p> <p>У2 (ПК-25) уметь использовать инструменты PR для пропаганды психологических знаний среди сотрудников, военнослужащих и служащих;</p> <p>В1 (ПК-25) владеть методами и приемами организации пропаганды психологических знаний среди сотрудников, военнослужащих и служащих;</p> <p>В2 (ПК-25) владеть способностью организовать пропаганду психологических знаний в области PR среди сотрудников, военнослужащих и служащих. ;</p>	Темы 1- 7	<p>Контрольные задания по теоретическим основам дисциплины</p> <p>Учебно-исследовательские реферативные работы</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Отчет по проектной составляющей занятия.</p> <p>Диагностические задания: опросы, презентации;</p> <p>Тест зачет</p>

Шкала оценивания сформированности компетенции

Индикаторы компетенции	Оценка сформированности компетенции			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	не зачтено	зачтено		
<u>Знания</u>	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем требованиям программы подготовки, без ошибок.
<u>Умения</u>	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.
<u>Навыки</u>	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.

6.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

В ходе промежуточной аттестации по дисциплине осуществляется оценка сформированности компонентов компетенций (полнота знаний/ наличие умений/ навыков), т.е. результатов обучения, указанных в таблице п.2 настоящей рабочей программы, на основе оценки усвоения содержания дисциплины.

Обобщенная оценка сформированности компонентного состава компетенции в ходе промежуточной аттестации по дисциплине проводится на основе учета текущей успеваемости в ходе освоения дисциплины и учета результата сдачи промежуточной аттестации.

Выявленные признаки несформированности компонентов (индикаторов) хотя бы одной компетенции не позволяют выставить интегрированную положительную оценку сформированности компетенций и освоения дисциплины на данном этапе обучения.

Обобщенная оценка сформированности компонентного состава компетенций на промежуточной аттестации, которая вносится в зачетно-экзаменационную ведомость по дисциплине и зачетную книжку студента, осуществляется по следующей оценочной шкале.

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».

Для проведения контроля сформированности компетенции используются: устный опрос на зачёте, прием мультимедийных презентаций, проверка глоссариев по теме и учебно-исследовательских реферативных работ.

Для проведения контроля сформированности компетенции используются: оценка содержания докладов и рефератов, публичное выступление студента с докладами и рефератами, устный опрос при проведении зачета.

6.3. Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), характеризующих этапы формирования компетенций

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:

- тестирование;
- составление глоссариев;
- индивидуальное собеседование,
- письменные учебно-исследовательские реферативные работы.
- текущий контроль на практических занятиях;
- отчет по проектной деятельности частей занятия.

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии:

- контрольные задания по теоретическим основам дисциплины, презентации, разработка проблемных заданий к семинарскому занятию;
- проблемные и творческие задания.

Критерии оценки письменной реферативной работы

"отлично" - реферативная работа полностью раскрывает основные вопросы теоретического материала. Студент приводит информацию из первоисточников и изданий периодической печати, приводит практические примеры, отвечает на дополнительные вопросы преподавателя и студентов (при докладе).

"хорошо" реферативная работа частично раскрывает основные вопросы теоретического материала. Студент приводит информацию из первоисточников, отвечает на дополнительные вопросы преподавателя и студентов (при докладе), но при этом дает не четкие ответы, без достаточно их аргументации.

"удовлетворительно" реферативная работа в общих чертах раскрывает основные вопросы теоретического материала. Студент приводит информацию только из учебников. При ответах на дополнительные вопросы путается в ответах, не может дать понятный и аргументированный ответ.

Критерии оценки тестирования

75-100% правильных ответов – отлично

51-75% правильных ответов – хорошо

26-50% правильных ответов – удовлетворительно

Менее **25 %** правильных ответов – неудовлетворительно).

Критерии оценивания проектов

Проектная работа в рамках дисциплины «Организация связей с общественностью» оценивается по следующим критериям:

- соответствие темы, цели и задач проекта выбранному направлению;
- постановка проблемы, ее актуальность и значимость;
- научная новизна;
- теоретическая обоснованность и значимость;
- описание применяемой методики, технологии;
- качество содержания работы, четкость ее структуры;
- анализ результатов работы, достоверность и обоснованность выводов;
- практическая значимость работы и перспективы дальнейшего развития темы;
- общее оформление проекта в соответствии требованиями;
- публичное представление проекта;
- качество презентации проекта;
- аргументированность ответов на вопросы.

Критерии оценивания презентаций

I. Планирование презентации – это многошаговая процедура, включающая определение целей, изучение аудитории, формирование структуры и логики подачи материала. Планирование презентации включает:

- определение общих целей (информирование, убеждение, развлечение);
- определение поддерживающих целей;
- сбор информации об аудитории;
- определение основной идеи (концепции) презентации (выписывание основных мыслей; графическое расположение на листе всех вопросов, требующих своего освещения; перечисление и характеристика всех взглядов, которые

требуется сопоставить и др.);

- выбор структуры презентации;
- подбор материалов;
- оценка качества материалов;
- планирование выступления (выбор средств и приемов для лучшего донесения информации);
- создание презентации;
- проверка логики подачи материала;
- подготовка заключения.

II. Разработка презентации – методологические особенности подготовки слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации.

III. Репетиция презентации – это проверка и отладка созданной презентации.

Рекомендации по оформлению презентаций

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации. Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований:

<i>Стиль</i>	Соблюдайте единый стиль оформления. Избегайте стилей, которые будут отвлекать от содержания презентации. Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями).
<i>Фон</i>	Для фона предпочтительны холодные и теплые полутона.
<i>Использование цвета</i>	На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста. Для фона и текста используйте контрастные цвета. Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования). Старайтесь избегать черного цвета в оформлении слайдов. Помните, что цветовое восприятие имеет свои закономерности и особенности: – темные цвета воспринимаются четче и легче читаются; – светлые оттенки могут размываться на белом фоне.
<i>Анимационные эффекты</i>	Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде. Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.
<i>Содержание информации</i>	Тексты на слайде не должны быть слишком длинными и плотными (максимум 10 строк по 5–6 слов в одном кадре). Используйте короткие слова и предложения. Откажитесь от сокращений в тексте, исключение составляют только общепринятые. Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных. Заголовки должны привлекать внимание аудитории. Помните, что на одном слайде может быть представлена только одна тема.
<i>Расположение информации на странице</i>	Предпочтительно горизонтальное расположение информации. Избегайте вертикальных надписей, поскольку они плохо читаются (только в крайнем случае). Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.
<i>Шрифты</i>	Используйте наиболее распространенные и хорошо читаемые – Arial и TimesNewRoman. Другие шрифты – убедитесь, что не сливаются буквы. Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание. Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных). С целью выделения информации используйте шрифты разной величины: для цифровых, буквенных, текстовых обозначений и заголовков. Размер кеглей: для заголовков – не менее 24; для информации не менее 18. Мелкий шрифт (14) используется только для служебных надписей, не предназначенных для слушателей.

<i>Способы выделения информации</i>	Используйте: – рамки; границы, заливку; – штриховку, стрелки; – рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов. Выделение рамкой отдельной части изображения придает ему законченный вид. Общая рамка для текста придает ему законченный вид. Помните, что – черные широкие рамки (особенно черные) вызывают негативные ассоциации; – используемые в тексте линии, как и шрифт, должны быть хорошо различимыми, а штриховки и заливки хорошо заметными.
<i>Объем информации</i>	Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: слушатели могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Помните, что наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
<i>Виды слайдов</i>	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: с текстом; с таблицами; с диаграммами.

Критерии выставления оценки на зачете

- «Зачтено» – выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания учебного материала по теме, знает сущность проблемы. При этом студент логично и последовательно излагает материал темы, раскрывает смысл вопроса, дает как минимум удовлетворительные ответы на дополнительные вопросы.

- «Не зачтено» – выставляется при условии, если студент владеет отрывочными знаниями о сущности проблемы, дает неполные ответы на вопросы по основной литературе, рекомендованной к курсу.

6.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и для контроля сформированности компетенции

6.4.1 Контрольные вопросы (вопросы к зачету) для оценки сформированности компетенций ОК-8, ОК-11, ПК-25

Вопрос	Код компетенции (согласно РПД)
1. Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития научно-практического направления, профессии и отрасли бизнеса «паблик рилейшнз».	ОК-8
2. Связи с общественностью в мире. Основные этапы развития.	ОК-11
3. Связи с общественностью в современной России: хронология развития, статистика и тенденции.	ПК-25
4. Многообразие определений СО. Определение понятий «publicrelations» и «средства коммуникации». Различия между терминами СМК и СМИ.	ОК-8
5. Субъект, объект, цели, задачи, сущность, принципы, функции связей с общественностью.	ОК-11
6. Основные коммуникационные модели, используемые специалистами по связям с общественностью.	ПК-25
7. Модели практической деятельности связей с общественностью (Р. Г. Барнума, А. Ли, Э. Бернейза).	ОК-8
8. Основополагающие этические принципы связей с общественностью. Кодекс этики Международной ассоциации бизнес-коммуникаторов.	ОК-11

9. Работа специалиста по связям с общественностью со слухами и сплетнями.	ПК-25
10. Сущность «цветного пиара».	ОК-8
11. Модель управления проблемной ситуацией в экологической сфере.	ОК-11
12. Место отдела связей с общественностью внутри организации. Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью.	ПК-25
13. Стадии управления информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях с общественностью.	ОК-8
14. Методы управления внутренним корпоративным имиджем (по Э. В. Кондратьеву и Р. Н. Абрамову).	ОК-11
15. Методика эффективности внутрикорпоративной коммуникации (по А. Синикас).	ПК-25
16. Работа специалиста по связям с общественностью над корпоративной культурой организации.	ОК-8
17. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью.	ОК-11
18. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.	ПК-25
19. Различные критерии оценки эффективности СО.	ОК-8
20. Работа специалиста по связям с общественностью над миссией организации, ее кредо и корпоративной философией.	ОК-11
21. Организация корпоративного праздника специалистом по связям с общественностью.	ПК-25
22. Участие специалиста по связям с общественностью в политической кампании.	ОК-8
23. Разработка имиджа политического лидера.	ОК-11
24. Разработка фирменного стиля организации.	ПК-25
25. Участие специалиста по связям с общественностью в разработке бренда страны.	ОК-8
26. Участие специалиста по связям с общественностью в разработке бренда регионов России.	ОК-11
27. Приемы и методы создания имиджа и управления репутацией.	ПК-25
28. Особенности использования средств коммуникации в кризисных коммуникациях.	ОК-8
29. Особенности подготовки публичной речи.	ОК-11
30. Новостные PR-мероприятия.	ПК-25
31. Социальная реклама и PR.	ОК-8
32. Корпоративный сайт, задачи и практика.	ОК-11
33. PR-кампании для решения корпоративных задач. Анализ практики российских кампаний.	ПК-25
34. Критерии оценки деятельности пресс-служб.	ОК-8
35. Роль и функции PR-отдела в управлении кризисными ситуациями.	ОК-11
36. Гендерные стереотипы в российской прессе.	ПК-25
37. Основные кинематографические средства в рекламе и PR-кампаниях.	ОК-8
38. Предпосылки возникновения информационного стресса и его последствия.	ОК-11
39. Особенности динамической устойчивости системы связей с общественностью.	ПК-25
40. Лоббирующая деятельность отделов по связям с общественностью.	ОК-11

6.4.2. Пример практического задания проблемного характера для оценки сформированности компетенций ОК-8

1. Для конкретной темы исследования предложить объект, предмет, цель, задачи, гипотезу, комплекс методов исследования.
2. Сформулировать 5 актуальных тем исследований в сфере организации связей с общественностью, перспектив их реализации в современных социальных практиках. Обосновать свой выбор.

6.4.3. Примерные творческие задания для дискуссий для оценки сформированности компетенций ОК-11

1. Брендинг как объект социально-экономического развития.
2. Применение PR-технологий в организациях служебного профиля.
3. Исследования восприятия молодежью рекламных телевизионных роликов.
4. Синергия различных способов воздействия в деловом общении.
5. Специфика корпоративной газеты.

6.4.4. Примерные темы мультимедийных презентаций для оценки сформированности компетенций ПК-25

1. История становления PR в Европе.
2. История становления PR в России.
3. PR-кампании для решения корпоративных задач. Анализ практики российских компаний.
4. Характерные особенности медиапланирования в России.
5. Принципы медиапланирования в зарубежных странах.

6.4.5. Примерные тестовые задания для оценки сформированности компетенций ОК-8

- 1. Выберите правильный ответ:**
Общей характеристикой PR и рекламы выступает:

1. жесткий контроль за содержанием;
2. открытая оплата СМИ;
3. воздействие на общественное мнение.

- 2. Выберите правильный ответ:**

Носители опыта относятся к

1. информационной референтной группе;
2. негативной эталонной группе;
3. позитивной эталонной группе.

- 3. Выберите правильный ответ:**

Имидж от репутации отличается тем, что:

1. привлекает тех, кто нужен для успеха;
2. больше поддается искусственному построению;
3. помогает добиваться поставленных целей.

- 4. Выберите правильный ответ:**

Фактор формирования негативного имиджа:

1. некрасивая внешность;
2. жесткость характера;
3. излишнее внимание к рабочим моментам;

4. недостаток коммуникативных умений и навыков.

5. **Выберите правильный ответ:**

Возможность/невозможность воспользоваться принудительными рычагами воздействия относится к:

1. различиям по целям;
2. различиям по ресурсам;
3. различиям по ответственности;
4. различиям в окружении.

6. **Выберите правильный ответ:**

Государственные органы расценивают инициативные действия, совершаемые населением, как посягательство на государственные интересы в модели:

1. переходной;
2. властвования и подчинения;
3. управленческой.

7. **Выберите правильный ответ:**

Основная функциональная задача ПР-служб в органах власти:

1. участие в демократизации государственного управления;
2. создание положительного имиджа государства за рубежом;
3. повышение уровня жизни населения.

8. **Выберите правильный ответ:**

Три главные функции системы PR - информировать, убеждать (воздействовать) и объединять людей выделил:

1. А. Ли;
2. Д. Скотт;
3. Э. Бернейз.

9. **Выберите правильный ответ:**

Разработка информационной политики по конкретным направлениям государственной деятельности, ее стратегии и тактики, фиксирующих движение событий по данным в динамике относится к функции государственных структур по связям с общественностью:

1. информационно-политической;
2. информационно-коммуникативной;
3. консультативно-методической;
4. организационно-правовой.

10. **Выберите правильный ответ:**

Теоретическая работа по выработке положений рекомендательного характера для высшего руководящего звена – это:

1. деятельность по связям с общественностью;
2. воздействие на общественное мнение;
3. формирование благоприятного имиджа.

6.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания адреса доступа к документам

<https://arz.unn.ru/sveden/document/>

https://arz.unn.ru/pdf/Metod_all_all.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при реализации образовательных программ высшего образования в ННГУ (Приказ от 13.05.2021 №241-ОД);

Положение о фонде оценочных средств, (Приказ от 10.06.2015 №247-ОД);

Положение об электронной информационно-образовательной среде ННГУ (Приказ от 25.01.2018 №41-ОД);

Положение о порядке организации и освоения факультативных и элективных дисциплин (модулей) в ННГУ (Приказ от 19.09.2017 № 427-ОД);

Регламент проведения компьютерного тестирования студентов с использованием системы «Прометей» (Приказ от 14.02.2018 №АФ 14-ОД);

Регламент проведения межсессионной аттестации студентов (Приказ от 14.02.2018 №АФ 14-ОД);

Положение о курсовой работе (Приказ от 11.02.2019 №АФ-3)

Типовое положение о реферате (Приложение к приказу от 14.02.2018 №АФ 14-ОД);

Типовое положение о контрольной работе студентов заочной формы обучения (Приказ от 14.02.2018 №АФ 14-ОД).

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и пр : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 391 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). // ЭБС Юрайт – Адрес доступа: : <https://urait.ru/book/psihologiya-reklamy-i-pr-412892>

2. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и пр-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Серия : Университеты России). // ЭБС Юрайт – Адрес доступа: <https://urait.ru/book/podgotovka-reklamnogo-i-pr-teksta-415803>

б) дополнительная литература:

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 267 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Режим доступа : <https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-415970>

2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). // ЭБС Юрайт – Адрес доступа: <https://urait.ru/book/reklamnaya-deyatelnost-413801>

3. Осипова, Е.А. Понятие коммуникативного пространства в современном социально-философском знании [Электронный ресурс] : статья / Е.А. Осипова. - М.: Инфра-М, 2015. - 8 с. // ЭБС Znanium.com – Адрес доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=525004>

4. Осипова Е.А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 144 с. // ЭБС Znanium.com: [Электронный ресурс]. – Адрес доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=523516>

5. Осипова, Е.А. Профессиональная подготовка специалистов по связям с общественностью к реализации аксиологического подхода в PR-практике [Электронный

ресурс] : статья / Е.А. Осипова. - М.: Инфра-М, 2015. - 3 с. // ЭБС Znanium.com – Адрес доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=525026>

6. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с. // ЭБС Znanium.com – Адрес доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=472499>

в) Программное обеспечение

1. Лицензионное программное обеспечение: Операционная система Windows.
2. Лицензионное программное обеспечение: MicrosoftOffice.

Интернет-ресурсы:

Название	Гиперссылка
Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского	http://www.lib.unn.ru/
Электронная библиотечная система "Znanium"	http://znanium.com/
Электронная библиотечная система "Лань"	https://e.lanbook.com/
Электронная библиотечная система "Консультант студента"	http://www.studentlibrary.ru/
Электронная библиотечная система "Юрайт"	http://www.urait.ru/
Каталог периодических изданий "EastView"	http://www.ivis.ru/
Подписка Elibrary на коллекцию 129 российских журналов в полнотекстовом электронном виде	http://biblio.tsutmb.ru

Ресурс «Массовые открытые онлайн-курсы Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского» <https://mooc.unn.ru/>

Портал «Современная цифровая образовательная среда Российской Федерации» <https://online.edu.ru/public/promo>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения (ноутбук, проектор, экран); помещения для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащённые компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ННГУ.

Программа дисциплины **Организация связей с общественностью** составлена в соответствии с образовательным стандартом высшего образования (ОС ВО ННГУ) по специальности 37.05.02 Психология служебной деятельности (приказ ННГУ от 13.05.2020 г. №256-ОД).

Автор к.ист.н., доцент

Бодрин А.В.

Рецензент к.пс.н., доцент

Болотин Ю.Е.

Программа одобрена на заседании кафедры социальной работы, сервиса и туризма от 26.02.2021 года, протокол № 4
зав. кафедрой
д.п.н., профессор

Акутина С.П.

Председатель МК
к.псих.н., доцент

психолого-педагогического факультета

Ганичева И.А.

П.6. а) СОГЛАСОВАНО:

Заведующий библиотекой

Федосеева Т.А.