

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)  
**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И МЕДИА-КОММУНИКАЦИИ**

Направление и направленность (профиль)  
38.03.02 Менеджмент. Управление бизнесом

Год набора на ОПОП  
2023

Форма обучения  
очная

Владивосток 2025

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Связи с общественностью и медиа-коммуникации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020г. №970) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Волынчук Я.А., кандидат политических наук, доцент, Кафедра экономики и управления, Yana.Frolova@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры экономики и управления от 16.04.2025 , протокол № 6

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)  
Ослопова М.В.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	M_1576159920
Номер транзакции	0000000000DD22CF
Владелец	Ослопова М.В.

## 1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Цель освоения дисциплины "Связи с общественностью и медиа-коммуникации" является формирование у студентов способности к осуществлению деловой коммуникации в устной и письменной формах в профессиональной деятельности с видением перспектив ее использования.

Задачи освоения дисциплины:

1. ознакомить студентов с основами деловой переписки;
2. выработать у студентов навык осуществления деловой коммуникации в профессиональной сфере;
3. научить студентов ориентироваться в особенностях стилистики официальных и неофициальных писем.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.03.02 «Менеджмент» (Б-МН)	УК-4 : Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.2в : Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном языках	РД1	Знание	основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией
			РД2	Умение	способен осуществлять деловую переписку
			РД3	Навык	владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	Формирование ценностей	Целевые ориентиры
<b>Формирование гражданской позиции и патриотизма</b>		
Воспитание уважения к Конституции и законам Российской Федерации	Права и свободы человека	Осознание ценности профессии Осознание себя членом общества

Соблюдение моральных принципов		
<b>Формирование духовно-нравственных ценностей</b>		
Воспитание чувства долга и ответственности перед семьей и обществом	Историческая память и преемственность поколений	Жизнелюбие Системное мышление Доброжелательность и открытость
<b>Формирование научного мировоззрения и культуры мышления</b>		
Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Созидательный труд	Умение работать в команде и взаимопомощь Самостоятельность
<b>Формирование коммуникативных навыков и культуры общения</b>		
Формирование навыков публичного выступления и презентации своих идей	Созидательный труд	Настойчивость и упорство в достижении цели Эмоциональный интеллект Самостоятельность

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина "Связи с общественностью" существенно расширяет и дополняет общепрофессиональные компетенции бакалавров направления подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина "Связи с общественностью" относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

## 3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттестации			
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная						
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР					
38.03.02 Менеджмент	ОФО	Б1.В	5	3	55	36	18	0	1	0	53	Э			

## 4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

### 4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код ре-зультата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Основные понятия и современные принципы организации работы с деловой информацией.	РД1	6	3	0	10	Изучение рекомендованной литературы, подготовка сообщений и докладов
2	Способы применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	РД2, РД3	6	3	0	10	Изучение рекомендованной литературы, подготовка сообщений и докладов
3	Корпоративные информационные системы и базы данных	РД3	6	3	0	10	Изучение рекомендованной литературы, подготовка сообщений и докладов
4	Особенности обобщения и систематизации информации. Составление пресс-релизов.	РД1, РД2	6	3	0	10	Изучение рекомендованной литературы, подготовка к решению кейс-задачи
5	Базы данных: особенности и специфика работы	РД3	6	3	0	13	Изучение рекомендованной литературы, подготовка к контрольной работе.
6	Медиа-планирование: сущность, особенности, этапы реализации	РД3	6	3	0	0	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты
<b>Итого по таблице</b>			<b>36</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>53</b>	

### 4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

*Тема 1 Основные понятия и современные принципы организации работы с деловой информацией.*

Содержание темы: Деловая информация. Принципы организации работы с деловой информацией. Особенности организации работы с деловой информацией.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Доклад, сообщение.

*Тема 2 Способы применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.*

Содержание темы: Информационно-коммуникационные технологии. Способы применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Доклад, сообщение.

*Тема 3 Корпоративные информационные системы и базы данных.*

Содержание темы: Информационные системы. Корпоративные информационные системы. Базы данных. Способы применения баз данных в профессиональной деятельности. Разработка баз данных. Методы защиты баз данных. Электронное правительство.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Доклад, сообщение.

*Тема 4 Особенности обобщения и систематизации информации. Составление пресс-релизов.*

Содержание темы: Информация. Обобщение информации. Систематизации информации. Пресс-релиз. Составные части пресс-релизов. Специфика составления пресс-релизов. Информационная инфраструктура государственных и муниципальных органов власти.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Кейс-задача.

*Тема 5 Базы данных: особенности и специфика работы.*

Содержание темы: Базы данных. Применение баз данных в профессиональной деятельности. Особенности работы с базами данных.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Контрольная работа.

*Тема 6 Медиа-планирование: сущность, особенности, этапы реализации.*

Содержание темы: Сущность медиа-планирования как составляющей рекламных кампаний. Формы подачи новостных материалов и организация PR коммуникации: медиа-план, медиа-бриф, интервью для печати, сценарии PR мероприятий, презентации, пресс-релизы, информационные справки, информационные бюллетени, приглашения, портфолио.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция-беседа, использование презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы по теме, подготовка к круглому столу, дискуссии, полемике, диспуту, дебатам.

## **5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)**

### **5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы**

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекции, практические занятия, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу.

В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, подготовка доклада, конспекта, выполнение кейс-задач и контрольной работы, подготовка к творческому заданию и круглому столу.

В процессе обучения в качестве перечня оценочных средств, используемых при оценивании студентов в рамках освоения дисциплины с указанием их краткой характеристики можно отнести следующие:

**Доклад, сообщение.** Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы (тематика докладов представлена в ФОС).

**Конспект.** Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушенной лекции, сообщения и т.д. (тематика конспектов представлена в ФОС).

**Тестовое задание.** Инструмент для проверки практических навыков и знаний.

Текущая аттестация включает в себя устный опрос студентов на практических занятиях по соответствующим разделам дисциплины. Суммированные баллы, начисляемые по результатам регулярной проверки освоения учебного материала вносятся в аттестационную ведомость (на 8-й и 17-й неделе семестра). При подсчете баллов учитывается посещаемость студентом аудиторных (лекционных) занятий.

Промежуточная (семестровая) аттестация предусмотрена в форме экзамена (тестирование). Для успешной сдачи экзамена студент должен посещать занятия, выполнять задания. Кроме того, для допуска к экзамену студент в течение семестра должен набрать не менее 41 балла.

## **5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

## **6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

## **7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **7.1 Основная литература**

1. Горожанина, Е. И. Проектирование баз данных и баз знаний : учебное пособие / Е. И. Горожанина. — Самара : ПГУТИ, 2021. — 108 с. — Текст : электронный // Лань :

электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/301085> (дата обращения: 17.06.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебник для вузов / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564952> (дата обращения: 18.06.2025).

3. Наумов, В. Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 404 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/21026. - ISBN 978-5-16-012042-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1815961> (дата обращения: 01.03.2023). — Режим доступа: по подписке.

4. Чернышева, А. М. Методы и практики маркетинговых исследований : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17920-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533988> (дата обращения: 10.11.2023).

5. Штейнберг, А. Г. Стратегические связи с общественностью : учебное пособие / А. Г. Штейнберг. — Хабаровск : ДВГУПС, 2022. — 131 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/339494> (дата обращения: 17.06.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## **7.2 Дополнительная литература**

1. Быстров, С. А., Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие / С. А. Быстров. — Москва : КноРус, 2024. — 260 с. — ISBN 978-5-406-12820-6. — URL: <https://book.ru/book/952773> (дата обращения: 18.06.2025). — Текст : электронный.

2. Глазова, Л. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерению коммуникаций : практическое руководство / Л. Глазова. - Москва : Альпина ПРО, 2021. - 168 с. - ISBN 978-5-907394-94-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2138129> (Дата обращения -18.06.2025)

3. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519037> (дата обращения: 01.03.2023).

4. Информационно-справочная система «Консультант Плюс» — <http://www.consultant.ru/>

5. Мишон, Е. В., Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / Е. В. Мишон. — Москва : КноРус, 2023. — 172 с. — ISBN 978-5-406-11838-2. — URL: <https://book.ru/book/949867> (дата обращения: 18.06.2025). — Текст : электронный.

6. Мухаев, Р. Т. Медиаполитика : учебник / Р.Т. Мухаев. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 401 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI10.12737/textbook\_5cf8f5af56a078.64918831. - ISBN 978-5-16-015134-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2117168> (Дата обращения - 18.06.2025)

## **7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):**

1. Информационно-правовой портал Гарант – <http://www.garant.ru/>
2. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"

3. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" - Режим доступа: <https://urait.ru/>
4. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
5. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
6. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM" - Режим доступа: <https://znanium.com/>
7. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
8. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
9. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

**8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

Основное оборудование:

- Проектор
- Доска аудиторная ДА-8МЦ
- Персональный компьютер

Программное обеспечение:

- Microsoft Office 2010 Standart

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

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

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И МЕДИА-КОММУНИКАЦИИ**

Направление и направленность (профиль)  
38.03.02 Менеджмент. Управление бизнесом

Год набора на ОПОП  
2023

Форма обучения  
очная

Владивосток 2025

## 1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
38.03.02 «Менеджмент» (Б-МН)	УК-4 : Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.2в : Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном языках

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

## 2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

**Компетенция УК-4 «Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)»**

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код ре- з- та	Тип ре- з- та	Результат	
УК-4.2в : Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном языках	РД 1	Знание	основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией	способы выбора основных со временными принципами работы с деловой информацией, а также видов информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности
	РД 2	Умение	способен осуществлять деловую переписку	учитывать особенности стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурные различия в формате корреспонденции
	РД 3	Навык	владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки и информации	системный подход при получении, хранении, переработки информации, корректности в выборе средств работы с информацией

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

## 3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией	1.1. Основные понятия и современные принципы организации работы с деловой информацией.	Доклад, сообщение	Тест
		1.4. Особенности обобщения и систематизации информации. Составление пресс-релизов.	Конспект	Тест
		1.4. Особенности обобщения и систематизации информации. Составление пресс-релизов.	Доклад, сообщение	Тест
		1.4. Особенности обобщения и систематизации информации. Составление пресс-релизов.	Конспект	Тест
РД2	Умение : способен осуществлять деловую переписку	1.2. Способы применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	Доклад, сообщение	Тест
		1.4. Особенности обобщения и систематизации информации. Составление пресс-релизов.	Доклад, сообщение	Тест
РД3	Навык : владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации	1.2. Способы применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	Доклад, сообщение	Тест
		1.3. Корпоративные информационные системы и базы данных	Доклад, сообщение	Тест
		1.5. Базы данных: особенности и специфика работы	Доклад, сообщение	Тест
		1.6. Медиа-планирование: сущность, особенности, этапы реализации	Доклад, сообщение	Тест

#### 4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Оценочное средство					
Вид учебной деятельности	Доклад, сообщение	Конспект	Тестовое задание	Экзамен (тестирование)	Итого
Лекции	30				30
Практические занятия		30	20		50
Самостоятельная работа					
Промежуточная аттестация				20	20
Итого:					100

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

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

## 5 Примерные оценочные средства

### 5.1 Перечень тем докладов, сообщений

1. Основные подходы к определению PR.
2. PR и «связи с общественностью»: сущность понятий.
3. Категория «общественность»: сущность, составляющие.
4. PR как искусство.
5. PR как сфера деятельности (коммуникации).
6. PR как функция управления коммуникациями.
7. PR как система.
8. PR и реклама: сходство и различия.
9. PR и его связь с другими дисциплинами.
10. Зарубежный опыт функционирования PR деятельности.
11. Российская практика функционирования PR деятельности.
12. Мировое и российское PR-сообщество: становление и развитие.

#### *Краткие методические указания*

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

#### *Шкала оценки*

№	Баллы	Описание
5	10	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение использовать нормативные документы, научную литературу для подтверждения правильности собственной позиции.
4	8	Студент четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, критически оценивал аргументы других студентов, подтверждая глубокое знание материала, умение исп

		ользовать нормативные документы для подтверждения правильности собственной позиции.
3	5	Студент представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, подтверждая глубоко е знание материала, умение использовать аналитические документы для подтверждения правильности собственной позиции.
2	3	Студент демонстрирует сформированность умений на уровне ниже базового, проявляется недостаточность умений.
1	0	Умения не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие умений.

## 5.2 Конспект лекции

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ: цель, сфера применения, общие требования к рекламе, государственный надзор в сфере рекламы.
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.03.2020) «О средствах массовой информации»: общие положения, организация деятельности СМИ.
3. Международные профессиональные кодексы и стандарты.
4. Принципы проведения тендеров Европейской ассоциации рекламных агентств.
5. Хельсинкская хартия.
6. Профессиональная хартия Международного комитета ассоциаций PR-консультантов.
7. Афинский кодекс.
8. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR.
9. Международный кодекс по практике маркетинговых и социальных исследований.
10. Международный кодекс рекламной деятельности Международной торговой палаты.
11. Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью.
12. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.

### *Краткие методические указания*

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

### *Шкала оценки*

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

## 5.3 Примеры тестовых заданий

1. Что является основной целью PR-деятельности?
  - А) Получение мгновенной прибыли
  - Б) Формирование и поддержание положительного имиджа организации
  - В) Увольнение неэффективных сотрудников
  - Г) Продажа товаров и услуг
2. Какой инструмент PR НЕ относится к медиа-отношениям?

- А) Пресс-релиз  
Б) Пресс-конференция  
В) Внутренний корпоративный тренинг  
Г) Интервью с представителем компании
3. Что такое «кризисный PR»?  
А) Рекламная кампания в соцсетях  
Б) Управление репутацией компании в условиях негативного информационного фона  
В) Разработка логотипа компании  
Г) Проведение промо-акций
4. Какой канал коммуникации чаще всего используется в digital-PR?  
А) Печатные газеты  
Б) Радио  
В) Социальные сети  
Г) Уличные билборды
5. Что означает аббревиатура «SMM» в контексте PR?  
А) Sales & Marketing Management  
Б) Social Media Marketing  
В) Strategic Media Messaging  
Г) Sponsorship & Media Monitoring
6. Какой из перечисленных методов относится к внутреннему PR?  
А) Размещение статьи в Forbes  
Б) Корпоративная газета для сотрудников  
В) Реклама на телевидении  
Г) Спонсорство спортивного мероприятия
7. Что такое «медиакит»?  
А) Набор рекламных баннеров  
Б) Пакет информационных материалов для СМИ (пресс-релиз, фото, факты о компании)  
В) Программа лояльности для клиентов  
Г) Отчет о финансовых результатах компании
8. Какой показатель НЕ используется для оценки эффективности PR-кампании?  
А) Количество публикаций в СМИ  
Б) Охват аудитории  
В) Курс акций компании  
Г) Уровень вовлеченности в соцсетях
9. Какие из перечисленных функций относятся к основным функциям PR?  
(Выберите все верные варианты)  
А) Формирование и поддержание положительного имиджа организации  
Б) Управление коммуникациями между организацией и общественностью  
В) Непосредственная продажа товаров и услуг  
Г) Предотвращение и разрешение кризисных ситуаций
10. Какие показатели используются для оценки эффективности PR-кампании?  
(Выберите все верные варианты)  
А) Количество упоминаний в СМИ  
Б) Тональность упоминаний (позитивная/негативная)  
В) Себестоимость продукции  
Г) Охват аудитории
11. Какие форматы относятся к event-PR? (Выберите все верные варианты)  
А) Пресс-конференции  
Б) Презентации продуктов  
В) Контекстная реклама

Г) Благотворительные акции

12. Вставьте пропущенное слово

\_\_\_\_\_ — это целенаправленный процесс формирования общественного мнения и управления репутацией организации.

13. Вопрос:

\_\_\_\_\_ — это информационное сообщение для СМИ, содержащее важные новости о компании, её продуктах или событиях.

14 Установите правильную последовательность этапов разработки PR-кампании:

1 Постановка целей и задач

2 Оценка эффективности

3 Разработка стратегии и тактики

4 Реализация мероприятий

5 Анализ ситуации и целевой аудитории

15. Расположите в правильном порядке этапы работы с кризисной ситуацией:

1 Разработка антикризисного плана

2 Реализация антикризисных мер

3 Мониторинг и оценка последствий

4 Выявление и анализ кризиса

5 Коммуникация с заинтересованными сторонами

*Краткие методические указания*

Тест - система стандартизованных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося

*Шкала оценки*

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