

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ)»
частично практико-ориентированная дисциплина

Направление подготовки:	<u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки:	<u>Реклама и связи с общественностью</u>
Образовательная программа:	<u>Бакалавриат</u>
Квалификация:	<u>Академический бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная, заочная</u>

Донецк 2021

УТВЕРЖДАЮ:

И. П. Квашина филологического факультета

Л. П. Квашина



Рабочая программа учебной дисциплины «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)» составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «8» июня 2017 г. № 512; Государственного образовательного стандарта высшего образования (ГОС ВО) Донецкой Народной Республики (ДНР) (проекта) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 10.11.2017 г. № 1171 (с изменениями и дополнениями); учебного плана и основной профессиональной образовательной программы высшего образования направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля: «Реклама и связи с общественностью», разработанных в ГОУ ВПО «ДОННУ».

Разработчик:

Доцент каф. жур., Засл. журналист

В.П. Безродный

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики

Протокол № 9 от «4» марта 2021 г.

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией филологического факультета

Протокол № 7 от «17» марта 2021 г.

Председатель учебно-методической комиссии
филологического факультета

С. В. Руденко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)» относится к базовой части образовательной программы.

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания и умения, формируемые предшествующими дисциплинами – «Введение в специальность», «Теория журналистики».

Знания и умения, полученные в ходе изучения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)» являются основой для изучения последующих дисциплин - «Организация PR-мероприятий», «Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления»; «Технологии PR в сфере политики»; «Технологии PR в сфере шоу-бизнеса»; «Технологии связей с общественностью в управлении кризисными ситуациями».

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика учебной дисциплины	Форма обучения	
	Очная	Очная
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль	Реклама и связи с общественностью	
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	бакалавр	
Количество содержательных модулей	4	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина базовой части	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	МК, экзамен	
Количество зачетных единиц (кредитов)	4	4
Год подготовки	1	1
Семестр	1	-
Количество часов	144	144
- лекционных	36	6
- практических, семинарских	36	6
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	72	132
в т.ч. индивидуальное задание	-	-
Недельное количество часов,	8	-
в т.ч. - аудиторных	4	-
- самостоятельной работы студента	4	

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)» - получение базовых знаний в области теоретических основ связей с общественностью, истории и перспектив, технологий, регулирования этой сферы деятельности; понимание целей.

Задачи: дать студентам знания о понятии «связи с общественностью», его разнообразии и классификационных подходах; научить студентов работать с источниками информации, объектами PR, обрабатывать и подавать информацию с учетом различных концепций и контента современных СМИ; мотивировать студентов к использованию

полученных знаний в собственной практике – подготовке материалов для различных СМИ и различных целевых аудиторий.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО РФ, ГОС ВО ДНР (проект) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и основной образовательной программы высшего образования направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля Реклама и связи с общественностью:

Универсальные компетенции (УК):	
Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Донецкой Народной Республики и иностранном(ых) языке(ах).

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):	
Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Профессиональные компетенции (ПК):	
Код и наименование профессиональной компетенции выпускника	
ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	
ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	

4. ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные занятия, самостоятельную работу студентов.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания. При проведении лекций и практических занятий используются мультимедийные презентации, документальные фильмы научно-познавательного характера, раздаточные материалы, специальное оборудование.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение. В учебном процессе используются интернет-ресурсы по данному курсу; рассматриваются задачи, максимально приближенные к конкретным практическим ситуациям, тесты, самостоятельная работа; контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает подготовку к практическим занятиям, подготовку конспектов по отдельным вопросам изучаемых тем, изучение учебной и методической литературы, аннотаций статей, подготовку и защиту рефератов.

Тематический план «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)»

Темы	Вопросы темы
<i>Содержательный модуль 1. Основы связей с общественностью</i>	
Тема 1. Введение.	1.1.Понятие связей с общественностью. 1.2.PR как соединение науки и искусства, технологий и менеджмента. 1.3.Значение и содержание связей с общественностью.
Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	2.1.Вербальные и невербальные способы коммуникации в сфере связей с общественностью. 2.2.Публичные выступления как важнейший элемент коммуникации. 2.3.Правила составления текстов для выступлений.
<i>Содержательный модуль 2. Взаимодействие PR с различными СМИ</i>	
Тема 3. Общие правила работы со СМИ	3.1.Основные правила взаимодействия PR со СМИ. 3.2.Интервью как важнейший жанр в работе PR со СМИ. 3.3.Мониторинг СМИ.
Тема 4. Работа с прессой	4.1.Материалы PR для прессы. 4.2.Пресс-релизы. 4.3.Пресс-конференции. 4.4.Мероприятия с участием журналистов. 4.5.Медиа-карта.
Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	5.1.Взаимодействие PR с радио- и телевидением. 5.2.Телеинтервью. 5.3.Социальная реклама. 5.4.Видеоконференции. 5.5.Подготовка видеосюжетов, фильмов.

Тема 6. Связи с общественностью и интернет	6.1.Основные направления работы PR в интернете: массовая коммуникация, взаимоотношения с группами, отношения со СМИ. 6.2.Веб-сайт. 6.3.PR-мероприятия он-лайн.
Содержательный модуль 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения	
Тема 7. Отношения с потребителями	7.1.Цели отношений с потребителями. 7.2.Продвижение товаров и услуг. 7.3.Особенности работы PR в продвижении «новых» и «старых» товаров и услуг. 7.4.Товары и услуги массового и индустриального назначения. 7.5.Работа с рекламациями.
Тема 8. Отношения с персоналом	8.1.Причины необходимости усиления работы PR с персоналом в компании. 8.2.Обеспечение коммуникаций в компании. 8.3.Средства внутриорганизационных коммуникаций.
Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	9.1.Цели и задачи взаимодействия PR с государственными и местными органами власти. 9.2.Лоббирование интересов.
Тема 10. Отношения с инвесторами	10.1.Цели и задачи взаимодействия PR с инвесторами. 10.2.Планирование взаимоотношений с инвесторами. 10.3.Виды информации для инвесторов.
Содержательный модуль 4. Комплексные мероприятия	
Тема 11. Формирование имиджа	11.1.Понятие имиджа. 11.2.Управление формированием имиджа. 11.3.Корпоративный имидж.
Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий.	12.1.Организация и проведение открытий, приемов, презентаций, конференций, дней открытых дверей, круглых столов. 12.2.Выставки и ярмарки. Цели участия в выставках. Организация участия в выставке. Формирование экспозиций.
Тема 13. Участие PR в управлении кризисом	13.1.Кризисный менеджмент. 13.2.Управление кризисом и роль PR. 13.3.Коммуникации в кризисной ситуации.

Структура дисциплины «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)»

Содержательный модуль 1. Основы связей с общественностью												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятель-ная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятель-ная работа	индивидуальная работа
Тема 1. Введение.	8	2	2	-	4	-	8	0,25	0,25	-	7,5	-

Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	8	2	2	-	4	-	8	0,25	0,25	-	7,5	-
Итого по содержательному модулю 1	16	4	4	-	8	-	16	0,5	0,5	-	15	-

Содержательный модуль 2. Взаимодействие PR с различными СМИ												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 3. Общие правила работы со средствами массовой информации	16	4	4	-	8	-	16	0,5	0,5	-	15	-
Тема 4. Работа с прессой	16	4	4	-	8	-	16	0,5	0,5	-	15	-
Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	16	4	4	-	8	-	16	0,5	0,5	-	15	-
Тема 6. Связи с общественностью и интернет	8	2	2	-	4	-	8	0,5	0,5	-	7	-
Итого по содержательному модулю 2	56	14	14	-	28	-	56	2	2	-	52	-

Содержательный модуль 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 7. Отношения с потребителями	8	2	2	-	4	-	8	0,5	0,5	-	7	-
Тема 8. Отношения с персоналом	8	2	2	-	4	-	8	0,5	0,5	-	7	-
Тема 9. Отношения с государственными и	4	1	1	-	2	-	4	0,5	0,5	-	3	-

местными органами власти												
Тема 10. Отношения с инвесторами	4	1	1	-	2	-	4	0,5	0,5	-	3	-
Итого по содержательному модулю 2	24	6	6	-	12	-	24	2	2	-	20	-

Содержательный модуль 4. Комплексные мероприятия												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 11. Формирование имиджа	8	2	2	-	4	-	8	0,5	0,5	-	7	-
Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий.	32	8	8	-	16	-	32	0,5	0,5	-	31	-
Тема 13. Участие ПР в управлении кризисом	8	2	2	-	4	-	8	0,5	0,5	-	7	-
Итого по содержательному модулю 4	48	12	12	-	24	-	48	1,5	1,5	-	45	-
Всего часов по модулю	144	36	36	-	72	-	144	6	6	-	132	-

5. ТЕМАТИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий
(если предусмотрены учебным планом)

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Тема 1. Введение.	2	0,25
2	Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	2	0,25
3	Тема 3. Общие правила работы со средствами массовой информации	4	0,5
4	Тема 4. Работа с прессой	4	0,5
5	Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	4	0,5
6	Тема 6. Связи с общественностью и интернет	2	0,5

7	Тема 7. Отношения с потребителями	2	0,5
8	Тема 8. Отношения с персоналом	2	0,5
9	Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	1	0,5
10	Тема 10. Отношения с инвесторами	1	0,5
11	Тема 11. Формирование имиджа	2	0,5
12	Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий.	8	0,5
13	Тема 13. Участие PR в управлении кризисом	2	0,5
	ВСЕГО	36	6

Темы семинарских занятий

(тот тип занятий, который предусмотрен учебным планом)

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Что такое связи с общественностью?	2	0,25
2	Способы коммуникации в сфере связей с общественностью. Составление текстов для выступлений.	2	0,25
3	Основные правила взаимодействия PR со СМИ.	2	0,5
4	Подготовка материалов PR для прессы.	2	0,5
5	Проведение пресс-конференций.	4	0,5
6	Составление медиа-карты г. Донецка.	4	0,5
7	Наполнение веб-сайта.	2	0,5
8	Мониторинг СМИ. Подготовка пресс-клиппинга.	4	0,5
9	Проведение круглого стола	2	0,5
10	Продвижение товаров и услуг. Презентация нового товара.	4	0,5
11	Разработка корпоративного стиля.	2	0,5
12	Отношения с органами власти.		0,5
13	Организация и проведение специальных мероприятий. Организация приема по случаю юбилея организации.	2	0,5
14	Участие в выставках и ярмарках. Формирование экспозиций.	4	6
	ВСЕГО	36	0,25

6. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

№ пп	Тема	Задание для самостоятельной работы	Количество часов	
			Очная форма	Заочная форма
1.	Введение.	1. Изучить конспект лекции. 2. Подготовить сообщение из истории PR.	4	7,5
2.	Коммуникации в сфере связей с общественностью	1. Изучить конспект лекции.	4	7,5

		2. Подготовить текст выступления на основе предложенного материала (из газет)		
3.	Общие правила работы со средствами массовой информации	1. Изучить конспект лекции. 2. Проанализировать опубликованные в печати интервью (из газет) на предмет соблюдения общих правил. 3. Подготовить текст выступления на пресс-конференции	8	15
4.	Работа с прессой	1. Изучить конспект лекции. 2. Подготовить пресс-релиз на основе предложенного материала (из газет). 3. Подготовить перечень печатных СМИ, выходящих в ДНР (по предложенной схеме).	8	15
5.	Особенности работы с радио и телевидением	1. Изучить конспект лекции. 2. Разработать идею, назначение и содержание ПР-фильма по предложенным темам. 3. Подготовить перечень телерадиокомпаний, работающих в ДНР (по предложенной схеме).	8	15
6.	Связи с общественностью и интернет	1. Изучить конспект лекции. 2. Проанализировать содержание официального сайта МОН ДНР, ДонНУ, ДонНТУ с точки зрения реализации целей ПР.	4	7
7.	Отношения с потребителями	1. Изучить конспект лекции. 2. Разработать информационный повод для продвижения товара (из предложенного перечня).	4	7
8.	Отношения с персоналом	1. Изучить конспект лекции. 2. Разработать схему взаимодействия руководства с персоналом для предприятий, различающихся по штату, структуре и сфере деятельности (из предложенного списка).	4	7
9.	Отношения с государственными и местными органами власти	1. Изучить конспект лекции. 2. Подготовить перечень вопросов, которые могут решать работники ПР различных предприятий (по списку) с администрацией г. Донецка	2	3
10.	Отношения с инвесторами	1. Изучить конспект лекции. 2. Провести мониторинг печатных СМИ ДНР (по списку) на предмет наличия информации о предприятиях, важной для потенциальных инвесторов	2	3
11.	Формирование имиджа	1. Изучить конспект лекции. 2. Охарактеризовать имидж известных компаний, политиков, деятелей культуры, спортсменов (из списка).	4	7

12.	Организация и проведение специальных мероприятий.	1. Изучить конспект лекции. 2. Разработать программу мероприятия (по выбору из предложенного списка): - церемонии открытия; - приема; - презентации; - конференции; - дня открытых дверей; - круглого стола; - участия в выставке; - проведения выставки.	16	31
13.	Участие ПР в управлении кризисом	1. Изучить конспект лекции. 2. Выработать предложения по работе ПР-службы для разрешения возможных кризисов высшего учебного заведения (из предложенного списка возможных кризисов)	4	7
ВСЕГО			72	132

7. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Что такое связи с общественностью? Дайте определение деятельности по связям с общественностью. Сформулируйте цели, задачи и содержание работы ПР-служб.
2. В чем состоит суть манипулятивной модели Дж. Грюнига? Укажите основные ее характеристики.
3. В чем суть модели информирования общества (журналистской) Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.
4. В чем суть двусторонней асимметричной модели Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.
5. В чем суть двусторонней симметричной модели Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.
6. Какие способы коммуникации используют ПР-службы? Что такое вербальные и невербальные способы коммуникации?
7. Публичные выступления как важнейшая форма коммуникации в работе ПР. Каковы их цели, особенности и правила подготовки.
8. Укажите основные правила подготовки текстовых материалов в сфере связей с общественностью. Каковы отличия текстов для устных выступлений и письменных материалов?
9. Охарактеризуйте общие правила взаимоотношений ПР со СМИ.
10. Охарактеризуйте основные функции пресс-службы. Сопоставьте деятельность пресс-службы и ПР-службы.
11. Какие мероприятия могут проводить организации с участием журналистов? Укажите их цель и содержание.
12. Назовите основные правила подготовки и проведения пресс-конференции.
13. Как давать интервью? Основные правила для интервьюируемого.
14. Что такое мониторинг СМИ? Каковы его цель, виды и формы? Какие сведения необходимы для проведения мониторинга?
15. Назовите особенности работы ПР-служб с прессой. Что нужно знать работнику ПР-службы о печатных изданиях?

16. Какие материалы готовит ПР-служба для журналистов? Дайте их краткую характеристику.
17. Какую информацию должен содержать пресс-релиз? Какие категории пресс-релиза различают? Какова структура пресс-релиза?
18. Укажите особенности и целевое назначение занимательных, авторских и обзорных статей, кейс-историй.
19. В каких случаях ПР-службы используют такие формы материалов для журналистов, как факт-лист, «вопрос-ответ» и заявление?
20. Каковы направления деятельности ПР-служб в интернете? Дайте их краткую характеристику.

8. ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

(образец варианта и критерии оценивания)

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

<i>Образовательная программа:</i>	бакалавриат
<i>Направление подготовки:</i>	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
<i>Профиль:</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Очная форма обучения. Семестр</i>	1
<i>Заочная форма обучения. Год:</i>	1
<i>Учебная дисциплина</i>	Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)»

МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ВАРИАНТ №1

1. Что такое связи с общественностью? Дайте определение деятельности по связям с общественностью. Сформулируйте цели, задачи и содержание работы ПР-служб.
2. Какие мероприятия могут проводить организации с участием журналистов? Укажите их цель и содержание.
3. Назовите основные правила подготовки и проведения пресс-конференции.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Преподаватель

И.М. Артамонова
В.П. Безродный

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1.	7
2.	7
3.	6
Всего	20 баллов

10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

(теоретические вопросы к экзамену, образец билета и критерии оценивания)

Теоретические вопросы к экзамену

4. Что такое связи с общественностью? Дайте определение деятельности по связям с общественностью.
5. Сформулируйте цели, задачи и содержание работы ПР-служб.
6. В чем состоит суть манипулятивной модели Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.
7. В чем суть модели информирования общества (журналистской) Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.
8. В чем суть двусторонней асимметричной модели Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.
9. В чем суть двусторонней симметричной модели Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.
10. Что такое общественное мнение и какие факторы влияют на его формирование?
11. Что такое коммуникация? Какие способы коммуникации используют ПР-службы? Охарактеризуйте виды коммуникаций.
12. Что такое кодирование в процессе коммуникации? Что может быть использовано для кодирования? Кодирование в процессе вербальной и невербальной коммуникации.
13. Публичные выступления как важнейшая форма коммуникации в работе ПР. Цели публичных выступлений. Этапы подготовки к публичному выступлению.
14. Сформулируйте правила подготовки ПР-текста. Укажите основные отличия текстов для устных и письменных сообщений.
15. ПР-текст – как привлечь внимание СМИ?
16. Назовите общие правила взаимоотношений ПР со СМИ.
17. С какой целью могут приглашать журналистов для посещения предприятия/организации? Что необходимо для встречи журналистов?
18. Как давать интервью? Основные правила для интервьюируемого.
19. Что такое мониторинг СМИ? Каковы его виды и формы?
20. Назовите особенности работы ПР-служб с прессой. Что необходимо знать работнику ПР-службы о печатном издании?
21. Какие материалы готовит ПР-служба для журналистов?
22. Что такое пресс-релиз? Охарактеризуйте основные категории пресс-релизов. Каковы основные правила подготовки и структура пресс-релиза?
23. Укажите особенности и целевое назначение занимательных статей и кейс-историй.
24. Укажите особенности и целевое назначение авторских и обзорных статей. В чем их сходство и различие?
25. В каких случаях ПР-службы используют такие формы материалов для журналистов, как факт-лист и «вопрос-ответ»?
26. Что такое заявление и в каких случаях организация прибегает к такого рода информации?
27. Что такое медиа-карта, каковы ее содержание и целевое назначение?
28. Назовите основные правила подготовки пресс-конференции.
29. Сформулируйте основные правила проведения пресс-конференции.
30. Каковы особенности работы ПР с радио и телевидением?
31. Назовите разновидности телеинтервью на телевидении. Укажите их особенности.

32. Что такое беседа на телевидении и как она может быть использована работниками ПР?
33. Охарактеризуйте способы подачи ПР-службой новостей на телевидении.
34. Какова роль видеофильма в работе ПР-служб, его цели и содержание?
35. Каковы основные направления использования Интернета в работе ПР-служб?
36. Охарактеризуйте роль веб-сайта в работе ПР-службы организации? Каковы его цель, функции и содержание?
37. Охарактеризуйте PR-мероприятия, которые могут проводиться в режиме он-лайн.
38. Каковы направления использования ПР-службой социальных сетей?
39. Укажите цели взаимодействия ПР с потребителями.
40. Охарактеризуйте сходство и различие в работе ПР-служб при продвижении новых товаров и услуг и уже существующих.
41. Какова специфика взаимодействия ПР с потребителями при продвижении новых товаров и услуг потребительского назначения?
42. Какова специфика взаимодействия ПР с потребителями при продвижении новых товаров и услуг индустриального назначения?
43. Охарактеризуйте разбор претензий потребителей как важный компонент работы ПР-службы.
44. Охарактеризуйте цели и принципы внутриорганизационной коммуникации.
45. Укажите основные правила современных коммуникаций с персоналом.
46. Назовите основные формы и средства внутриорганизационных коммуникаций.
47. Охарактеризуйте возможности интернета как средства внутриорганизационных коммуникаций.
48. Обоснуйте необходимость и задачи взаимоотношений организаций с государственными органами власти. Что такое лоббирование интересов?
49. Охарактеризуйте направления и формы работы ПР с местными органами власти.
50. Каковы цели, задачи и принципы отношений ПР с инвесторами?
51. Какие основные источники информации могут использовать ПР-службы для работы с инвесторами?
52. Охарактеризуйте понятия паблисити, имидж и бренд. Укажите на их сходства и различия.
53. Сформулируйте общие правила организации и проведения специальных ПР-мероприятий.
54. Охарактеризуйте церемонию открытия, как начало новой страницы в жизни компании.
55. Как и по каким случаям следует организовывать и проводить приемы с целью формирования имиджа организации?
56. В каких случаях целесообразно проведение презентации и каковы основные требования к ее форме и содержанию?
57. Охарактеризуйте конференцию как форму продвижения идей и продукции.
58. Сформулируйте цели и задачи дней открытых дверей, основные правила их проведения.
59. Дайте характеристику круглого стола как формы обсуждения и продвижения общественно-значимых идей.
60. Сформулируйте цели и задачи участия компании в выставках и ярмарках.

61. Опишите основные этапы организации участия в выставке и формирования экспозиции.
62. Какие проблемы возникают в управлении кризисом? Обоснуйте необходимость участия ПР-службы в их разрешении.
63. Каковы роль и значение коммуникаций в кризисной ситуации?

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Образовательная программа: бакалавриат
 Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 Профиль: Реклама и связи с общественностью
 Очная форма обучения. Семестр: 1
 Заочная форма обучения. Год: 1
 Учебная дисциплина: Теория и практика связей с общественностью
 (Связи с общественностью)»

БИЛЕТ №1

1. Что такое связи с общественностью? Дайте определение деятельности по связям с общественностью.
2. Охарактеризуйте PR-мероприятия, которые могут проводиться в режиме он-лайн.
3. Практическое задание.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
 протокол № ____ от «____» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
 Экзаменатор

И.М. Артамонова
 В.П. Безродный

11. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЭКЗАМЕНА

Номер задания	Количество баллов
1.	13
2.	13
3.	14
Всего	40 баллов

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (включая выполнение СРС) оценивается в 20 баллов. В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом.

Названия содержательных модулей и тем	СРС
Содержательный модуль 1. Основы связей с общественностью	
Тема 1. Введение.	2
Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	2

Итого по 1-му содержательному модулю	5
Содержательный модуль 2. Взаимодействие PR с различными СМИ	
Тема 3. Общие правила работы со средствами массовой информации	4
Тема 4. Работа с прессой	4
Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	4
Тема 6. Связи с общественностью и интернет	2
Итого по 2-му содержательному модулю	5
Содержательный модуль 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения	
Тема 7. Отношения с потребителями	2
Тема 8. Отношения с персоналом	2
Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	1
Тема 10. Отношения с инвесторами	1
Итого по 3-му содержательному модулю	5
Содержательный модуль 4. Комплексные мероприятия	
Тема 11. Формирование имиджа	2
Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий.	8
Тема 13. Участие PR в управлении кризисом	2
Итого по 4-му содержательному модулю	5
ВСЕГО	20

13. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в	5
	Самостоятельная работа	5
	Итого	10
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в	5
	Самостоятельная работа	5
	Модульная контрольная работа	20
	Итого	30
Содержательный модуль 3	Организационно-учебная работа студента в	5
	Самостоятельная работа	5
	Итого	10
Содержательный модуль 4	Организационно-учебная работа студента в	5
	Самостоятельная работа	5
	Итого	10
Экзамен		40
Общий итог		100

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

14. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 1-м (г. Донецк, ул. Университетская, 24) учебном корпусе университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное на кафедре журналистики.

В процессе обучения студенты имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)», размещенные на официальном сайте университета и личных интернет-ресурсах преподавателя.

15. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
<i>Основная литература</i>			
1.	Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. - М.: Юрайт, 2017. - 232 с.		+
2.	Жильцов О.Н., Синяева И.М. Связи с общественностью. - М.: Юрайт, 2017. - 338 с.		+
3.	Пищугина О.С., Зенков А.С. Роль СМИ в PR-кампании // Академическая публицистика. - 2017. - № 4. - С. 392 - 397.		+
4.	Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии / Под ред. В.М. Горозова, Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 224 с.		+

5.	Чернышева Т. Л. Связи с общественностью (PR): учебное пособие. / Т.Л. Чернышева – НГТУ, 2018. - 140 с.		+
<i>Дополнительная литература</i>			
1.	Мирзаханов М.А., Амвросова О.Н. О роли средств массовой информации в современном обществе // Инновационные технологии в науке и образовании. - 2015. - № 4. - С. 470 - 472.		+
2.	Федотова Л.Н. Общественное мнение. О рекламе и связях с общественностью. - М.: Издательство МГУ, 2013. - 424 с.		+
3.	Мишина Л.А. Связи с общественностью. [Электронный ресурс] / Л.А. Мишина – Режим доступа: http://be5.biz/ekonomika/m009/toc.htm - Заглавие с экрана.		+

16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

(с указанием названия и полного электронного адреса)

<http://www.journ-lessons.com/litra.html>
<http://www.eartist.narod.ru/journ.html>
<http://www.medien.ru/zhurnalistike/>
<http://aldebaran.ru/tags/5037606/>
<http://www.vse-ychebniki.ru/category/uchebnik-po-jurnalistike/>

17. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании _____ с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от «_____» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____ И.М. Артамонова