

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

МП



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**«Теория и практика связей с общественностью
(Связи с общественностью)»**

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

«22» апреля 2020 г.

МП

Программа учебной дисциплины «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

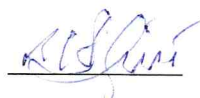
к.хим.н., доцент



В.П. Безродный

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой.



И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета



Н. А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

«Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих 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

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	академический бакалавр	
Количество содержательных модулей	4	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина базовой части профессионального блока	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	МК, экзамен	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4	4
Год подготовки	1	1
Семестр	1	-
Количество часов	144	144
- лекционных	36	6
- практических, семинарских	36	8
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	72	130
в т.ч. индивидуальное задание	-	-
Недельное количество часов,	8	-
в т.ч. аудиторных	2	-

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели и задачи

Цели - 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 ГОС ВПО по данному направлению подготовки:

а) общекультурных (ОК):

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

б) общепрофессиональных (ОПК):

- способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы/и связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

в) профессиональных (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

проектная деятельность:

- способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);

коммуникационная деятельность:

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- владение навыками медиамониторинга, написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать: особенности массовой информации и коммуникации, основные принципы формирования системы средств массовой информации; психологические, этические основы связей с общественностью; правовые основы деятельности в сфере связей с общественностью; принципы работы с источниками информации; знать на углубленном уровне особенности новостной журналистики; понимать современные социальные процессы и явления, особенности развития информационного общества;

уметь: базироваться на полученных общетеоретических знаниях концептуального характера в профессиональной деятельности; формировать, развивать и поддерживать медиарилейшнз; планировать, организовывать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия; формировать благоприятные условия для деятельности субъекта управления путем конструирования в массовом сознании его привлекательного образа, осуществлять деятельность по расширению числа сторонников той или иной социально-экономической программы, политического проекта, мобилизации групп общественности для их поддержки; осуществлять медиамониторинг, медиапланирование, контент-анализ СМИ; уметь принимать меры по предотвращению и регулированию кризисных ситуаций;

владеть: навыками формирования благоприятной информационной среды для коммуникаций объекта связей с общественностью и его целевых аудиторий; формирования консенсусных коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью; использования информационно-коммуникационных технологий; навыками копирайтинга; формирования эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации; навыками научного исследования (теоретического и эмпирического) в целях грамотной подготовки рефератов, курсовых и выпускной работы, докладов, сообщений.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
<i>Содержательный модуль 1. Основы связей с общественностью</i>	
Тема 1. Введение.	Понятие связей с общественностью. PR как соединение науки и искусства, технологий и менеджмента. Значение и содержание связей с общественностью.
Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	Вербальные и невербальные способы коммуникации в сфере связей с общественностью. Публичные выступления как важнейший элемент коммуникации. Правила составления текстов для выступлений.
<i>Содержательный модуль 2. Взаимодействие PR с различными СМИ</i>	
Тема 3. Общие правила работы со средствами массовой информации	Основные правила взаимодействия PR со СМИ. Интервью как важнейший жанр в работе PR со СМИ. Мониторинг СМИ.
Тема 4. Работа с прессой	Материалы PR для прессы. Пресс-релизы. Пресс-конференции. Мероприятия с участием журналистов. Медиа-карта.
Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	Взаимодействие PR с радио- и телевидением. Телеинтервью. Социальная реклама. Видеоконференции. Подготовка видеосюжетов, фильмов.
Тема 6. Связи с общественностью и интернет	Основные направления работы PR в интернете: массовая коммуникация, взаимоотношения с группами, отношения со СМИ. Веб-сайт. PR-мероприятия он-лайн.
<i>Содержательный модуль 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения</i>	
Тема 7. Отношения с потребителями	Цели отношений с потребителями. Продвижение товаров и услуг. Особенности работы PR в продвижении «новых» и «старых» товаров и услуг. Товары и услуги массового и индустриального назначения. Работа с рекламациями.

Тема 8. Отношения с персоналом	Причины необходимости усиления работы ПР с персоналом в компании. Обеспечение коммуникаций в компании. Средства внутриорганизационных коммуникаций.
Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	Цели и задачи взаимодействия ПР с государственными и местными органами власти. Лоббирование интересов.
Тема 10. Отношения с инвесторами	Цели и задачи взаимодействия ПР с инвесторами. Планирование взаимоотношений с инвесторами. Виды информации для инвесторов.
Содержательный модуль 4. Комплексные мероприятия	
Тема 11. Формирование имиджа	Понятие имиджа. Управление формированием имиджа. Корпоративный имидж.
Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий.	Организация и проведение открытий, приемов, презентаций, конференций, дней открытых дверей, круглых столов. Выставки и ярмарки. Цели участия в выставках. Организация участия в выставке. Формирование экспозиций.
Тема 13. Участие ПР в управлении кризисом	Кризисный менеджмент. Управление кризисом и роль ПР. Коммуникации в кризисной ситуации.

Тематический план

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	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 1. Введение.	8	2	2	-	4	-	5,5	0,25	0,25	-	5	-
Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	8	2	2	-	4	-	5,5	0,25	0,25	-	5	-
Итого по содержательному модулю 1	16	4	4	-	8	-	11	0,5	0,5	-	10	-

Содержательный модуль 2. Взаимодействие ПР с различными СМИ	
Названия	Количество часов

содержательных модулей и тем	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 3. Общие правила работы со средствами массовой информации	16	4	4	-	8	-	12,75	0,5	0,25	-	12	-
Тема 4. Работа с прессой	16	4	4	-	8	-	12,75	0,5	0,25	-	12	-
Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	16	4	4	-	8	-	12,75	0,5	0,25	-	12	-
Тема 6. Связи с общественностью и интернет	8	2	2	-	4	-	12,75	0,5	0,25	-	12	-
Итого по содержательному модулю 2	56	14	14	-	28	-	51	2	1	-	48	-

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	самостоятель-ная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятель-ная работа	индивидуальная работа
Тема 7. Отношения с потребителями	8	2	2	-	4	-	7,75	0,5	0,25	-	7	-
Тема 8. Отношения с персоналом	8	2	2	-	4	-	7,75	0,5	0,25	-	7	-
Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	4	1	1	-	2	-	7,75	0,5	0,25	-	7	-
Тема 10. Отношения с инвесторами	4	1	1	-	2	-	7,75	0,5	0,25	-	7	-
Итого по содержательному модулю 2	24	6	6	-	12	-	31	2	1	-	28	-

Содержательный модуль 4. Комплексные мероприятия	
Названия	Количество часов

содержательных модулей и тем	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 11. Формирование имиджа	8	2	2	-	4	-	13	0,5	0,5	-	12	-
Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий.	32	8	8	-	16	-	25	0,5	0,5	-	24	-
Тема 13. Участие ПР в управлении кризисом	8	2	2	-	4	-	13	0,5	0,5	-	12	-
Итого по содержательному модулю 4	48	12	12	-	24	-	51	1,5	1,5	-	48	-
Всего часов по модулю	144	36	36	-	72	-	144	6	4	-	134	-

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

(если предусмотрены учебным планом)

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Введение.	2
2	Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	2
3	Тема 3. Общие правила работы со средствами массовой информации	4
4	Тема 4. Работа с прессой	4
5	Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	4
6	Тема 6. Связи с общественностью и интернет	2
7	Тема 7. Отношения с потребителями	2
8	Тема 8. Отношения с персоналом	2
9	Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	1
10	Тема 10. Отношения с инвесторами	1
11	Тема 11. Формирование имиджа	2
12	Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий.	8
13	Тема 13. Участие ПР в управлении кризисом	2
	ВСЕГО	36

Темы семинарских занятий

(тот тип занятий, который предусмотрен учебным планом)

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

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Организация самостоятельной работы студентов

(соответственно данным в таблице тематического плана)

№ пп	Тема	Задание для самостоятельной работы	Количество часов
1.	Введение.	1. Изучить конспект лекции. 2. Подготовить сообщение из истории PR.	4
2.	Коммуникации в сфере связей с общественностью	1. Изучить конспект лекции. 2. Подготовить текст выступления на основе предложенного материала (из газет)	4
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
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
5.	Особенности работы с радио и	1. Изучить конспект лекции. 2. Разработать идею, назначение и содержание	8

	телевидением	ПР-фильма по предложенным темам. 3. Подготовить перечень телерадиокомпаний, работающих в ДНР (по предложенной схеме).	
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.	Отношения с потребителями	1. Изучить конспект лекции. 2. Разработать информационный повод для продвижения товара (из предложенного перечня).	4
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
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
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
11.	Формирование имиджа	1. Изучить конспект лекции. 2. Охарактеризовать имидж известных компаний, политиков, деятелей культуры, спортсменов (из списка).	4
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
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
		<i>ИТОГО</i>	72

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ
(если предусмотрено программой)
Не предусмотрены

8. 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.

9. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

(образец варианта и критерии оценивания)

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет филологический

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Программа подготовки: бакалавриат
Семестр 1-й
Учебная дисциплина 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

Критерии оценивания модульного контроля

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1.	5
2.	5
3.	6
Всего	16 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?

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

<i>Направление подготовки:</i>	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
<i>Программа подготовки:</i>	бакалавриат
<i>Семестр</i>	1-й
<i>Учебная дисциплина</i>	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

Критерии оценивания экзамена

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1.	15
2.	15
3.	15
Всего	баллов

11. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ (при наличии)**12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ**

*Распределение баллов, которые могут получить студенты
в процессе изучения дисциплины*

Текущее тестирование и самостоятельная работа													Модульн ый контроль	Экза мен	Сум ма
Содержательный модуль 1		Содержательный модуль 2				Содержательный модуль 3				Содержательный модуль 4			16	45	100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13			
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			

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

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Оборудованная аудитория для проведения лекционных и семинарских занятий.
Рабочие места для студентов в соответствии с их количеством.
Ноутбук, мультимедийный проектор.

14. 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.		+

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

(с указанием названия и полного электронного адреса)

<http://www.journ-lessons.com/litra.html>

<http://www.evartist.narod.ru/journ.html>

<http://www.medien.ru/zhurnalistike/>

<http://aldebaran.ru/tags/5037606/>

<http://www.vse-uchebniki.ru/category/uchebnik-po-jurnalistike/>

16. 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