

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.04 Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и  
НКО**

**42.03.05 Медиакоммуникации**

**«Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и  
бизнес-структурах»**

**Заочная**

**Год набора – 2026**

**Барнаул**

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

Рязанов Максим Игоревич, старший преподаватель кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайского филиала РАНХиГС

**Заведующий кафедрой:**

Гончарова Наталья Петровна, к.соц.н., доцент, и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайского филиала РАНХиГС

Рабочая программа дисциплины Б1.О.04 Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и НКО одобрена на заседании кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайский филиал РАНХиГС

протокол № 1 от «27» августа 2025 г.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Дисциплина Б1.О.04 Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и НКО обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций\*:

<b>ОТФ/ТФ и реквизиты ПС</b>  <i>(при наличии)**</i>	<b>Код компетенции **</b>	<b>Наименован ие Компетенции **</b>	<b>Код индикатора достижения компетенций **</b>	<b>Наименование индикатора достижения компетенций **</b>	<b>Образовател ьный результат **</b>
	ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	УК-4.1	Анализирует потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 3-1 Знает интерпретацию данных исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп, интерпретацию данных медиапотребления, а также современные PR-технологии.
	ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем	ОПК-5.1	Анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и принимает профессиональные решения	ОПК-5.1 3-1 Знает политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем

		региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		исходя из полученных данных.	региона, страны и мира, а также правовые и этические нормы их регулирования
					ОПК-5.1 Н-1 Владеет методами и инструментами поиска особенностей разных медиакоммуникационных систем, обусловленных политическими, экономическими факторами, правовыми и этическими нормами, действующими на глобальном, национальном и региональном уровнях.

\* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

\*\* Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

## **2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Общий объем дисциплины составляет – 3 з.е., 108 академических

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) на заочной форме обучения составляет 18 академических часов, лекции – 6 академических часов, практические занятия – 10 академических часов, консультации – 2 академических часа, контроль – 36 академических часов, самостоятельная работа – 54 академических часа.

Дисциплина Б1.О.04 Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и НКО относится к базовой части и в соответствии с учебным планом осваивается в 1 и 2 семестрах на 1 курсе.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов		Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		ВСЕГО	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа			
			Период теоретического обучения					Период промежуточной аттестации (сессия)						
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат.тэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ								
Тема 1	PR как информационно-коммуникационная деятельность по	15	1			2							19	Д

	обеспечению интересов государственных структур, бизнес-предприятий и НКО													
Тема 2	Государственный PR как проектная деятельность	15	1			2							18	Д
Тема 3	PR как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти	13	1			2							19	Д



Тема 4	Технологии рекламы и PR для бизнес-структур и некоммерческих организаций	13	1			2								Д
Тема 5	Имиджевые и антикризисные PR-технологии для бизнес-структур и некоммерческих организаций	14	2			2								Д
Промежуточная аттестация		36												Э
<b>Итого</b>		108	6			10			2	36			54	

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

### 3.2. Содержание дисциплины

#### **Тема 1. PR как информационно-коммуникационная деятельность по обеспечению интересов государственных структур, бизнес-предприятий и НКО (ОПК-4, ОПК-5)**

Актуальное понятие PR, их место и функция в государственной и рыночной деятельности. PR — научная, учебная дисциплина и признанная государством профессия. Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI в.

#### **Тема 2. Государственный PR как проектная деятельность (ОПК-4, ОПК-5)**

Принципы и последовательность планирования и реализации PR-кампаний. RACE — глобальный подход к PR. PR в универсальной коммуникационной системе. Прикладной подход к организации проектной деятельности. Исследования для PR-проекта. Прикладные основы современной социологии. Репрезентативное социологическое исследование. Экспертные опросы. Фокус-группы, глубинные интервью. Информационный аудит. Коммуникационный аудит. Разработка информационно-коммуникационной стратегии и рабочего плана. Принципы и структура стратегического планирования. Подготовка проектной документации для государственного контракта. Измерение эффективности PR-деятельности. Макропараметры, микропараметры, нормативные параметры. Измерения PR-эффекта, связанные с производством и использованием информационных продуктов.

#### **Тема 3. PR как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти (ОПК-4, ОПК-5)**

Коммуникативный подход к власти — основа ее легитимности. Виды легитимности и нормы политической коммуникации как глобальные ориентиры для формирования государственных PR-посланий. PR-методы повышения уровня легитимности.

#### **Тема 4. Технологии рекламы и PR для бизнес-структур и некоммерческих организаций (ОПК-4, ОПК-5)**

Спонсорство и благотворительность в сфере бизнеса: особенности, причины, объекты. Фандрайзинг: понятие, основные этапы. Структура спонсорского пакета. Технология Social branding. Технологии фасилитации и медиации в бизнесе: понятие, особенности, этапы процесса. Основные виды и средства рекламы бизнес-структур и общественных организаций.

#### **Тема 5. Имиджевые и антикризисные PR-технологии для бизнес-структур и некоммерческих организаций (ОПК-4, ОПК-5)**

Имидж: основные подходы к определению понятия, особенности и признаки имиджа. Структура и элементы корпоративного имиджа. Цели, задачи и функции формирования имиджа организации. Типология имиджа организации. Формирование и продвижение имиджа организации средствами PR.

Управление кризисными ситуациями. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях. Способы предотвращения экстремальных ситуаций. Технология «спиндокторинг»: понятие, структура, особенности применения в кризисной ситуации.

#### **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.04 Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и НКО входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

правильных ответов из нескольких вариантов предложенных		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС\*

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для тради- ционной системы	Для бинарной системы
	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
			B	P/ Passed
	Хорошо		C	P/ Passed
			D	P/ Passed
	Удовлетворительно		E	P/ Passed
	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100баллов	100баллов

## 5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

доклад

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

### Тема № 1 «PR как информационно-коммуникационная деятельность по обеспечению интересов государственных структур, бизнес-предприятий и НКО»

Темы для доклада:

1. Актуальное понятие PR, их место и функция в государственной и рыночной деятельности

\*БРС при изучении дисциплины не применяется



2. PR — научная, учебная дисциплина и признанная государством профессия.

3. Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI в.

4. Бизнес PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI в.

5. PR некоммерческих организаций в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI в.

## **Тема № 2 «Государственный PR как проектная деятельность»**

Темы для доклада:

1. Принципы и последовательность планирования и реализации PR-кампаний.

2. RACE — глобальный подход к PR. PR в универсальной коммуникационной системе.

3. Прикладной подход к организации проектной деятельности.

4. Разработка информационно-коммуникационной стратегии и рабочего плана.

5. Принципы и структура стратегического планирования.

6. Подготовка проектной документации для государственного контракта.

7. Измерение эффективности PR-деятельности. Макропараметры, микропараметры, нормативные параметры.

8. Измерения PR-эффекта, связанные с производством и использованием информационных продуктов

## **Тема № 3 «PR как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти»**

Темы для доклада:

1. Коммуникативный подход к власти — основа ее легитимности.

2. Виды легитимности и нормы политической коммуникации как глобальные ориентиры для формирования государственных PR-посланий.

3. PR-методы повышения уровня легитимности.

## **Тема № 4 «Технологии рекламы и PR для бизнес-структур и некоммерческих организаций»**

Темы для доклада:

1. Спонсорство и благотворительность в сфере бизнеса: особенности, причины, объекты.
2. Фандрайзинг: понятие, основные этапы.
3. Структура спонсорского пакета.
4. Технология Social branding.
5. Технологии фасилитации и медиации в бизнесе: понятие, особенности, этапы процесса.

Основные виды и средства рекламы бизнес-структур и общественных организаций.

## **Тема № 5 «Имиджевые и антикризисные PR-технологии для бизнес-структур и некоммерческих организаций»**

Темы для доклада:

1. Имидж: основные подходы к определению понятия, особенности и признаки имиджа.
2. Структура и элементы корпоративного имиджа. Цели, задачи и функции формирования имиджа организации.
3. Типология имиджа организации. Формирование и продвижение имиджа организации средствами PR.
4. Управление кризисными ситуациями: теория и практика.
5. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.
6. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий.
7. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях.
8. Способы предотвращения экстремальных ситуаций.
9. Технология «спиндокторинг»: понятие, структура, особенности применения в кризисной ситуации.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

#### **КТ – 1.**

##### **Тема 1, Тема 2**

Контрольное задание:

Подготовить доклад с презентацией на тему «Характерные признаки рекламной/ PR-технологии».

#### **КТ – 2.**

##### **Тема 3, Тема 4**

Контрольное задание:

Подготовить доклад с презентацией на тему «Политическая реклама как форма коммуникации».

#### **КТ – 3.**

##### **Тема 5**

Контрольное задание:

Подготовить доклад с презентацией на тему «Технологии предотвращения экстремальных ситуаций».

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания контрольного задания:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Сбор материала	0-20	Сбор материала для выполнения задания выполнен полностью и с использованием нескольких методов
Единство стиля	0-20	Все элементы задания выполнены в едином стиле с соблюдением норм типографики
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения ответа на вопросы по выполнению задания
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Контрольные задания по дисциплине выполняются на компьютере.

**6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине**

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме

Экзамена

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

**Тема 1. PR как информационно-коммуникационная деятельность по обеспечению интересов государственных структур, бизнес-предприятий и НКО (ОПК-4, ОПК-5)**

**Вопросы открытого типа:**

1. Дайте современное определение PR и раскройте его ключевые функции в деятельности государственных структур, бизнеса и некоммерческих организаций.
2. Опишите место и роль PR как научной дисциплины и признанной профессии в современном обществе. Чем профессиональный PR отличается от стихийных коммуникаций?
3. Проанализируйте особенности государственного PR в условиях современных российских социально-экономических реалий.
4. В чем заключаются основные различия в целях и задачах PR-деятельности для бизнес-предприятий, государственных структур и НКО?

**Вопросы закрытого типа:**

1. Ключевая функция PR в государственных структурах — это:
  - а) Непосредственное производство товаров и услуг
  - б) Обеспечение взаимопонимания и диалога между властью и обществом
  - в) Максимизация прибыли акционеров
  - г) Проведение избирательных кампаний
2. Что из перечисленного НЕ является характерной чертой PR как профессии?
  - а) Опора на научные исследования и этические кодексы
  - б) Односторонняя пропаганда без учета мнения аудитории
  - в) Стратегическое управление коммуникациями
  - г) Двусторонняя симметричная модель коммуникации
3. Основное отличие PR в НКО от коммерческого PR заключается в:
  - а) Отсутствии необходимости в коммуникациях
  - б) Фокусе на продвижении миссии, привлечении сторонников и фандрайзинге, а не на продажах
  - в) Использовании исключительно платной рекламы
  - г) Отказе от работы со СМИ
4. Современное понимание PR — это:
  - а) Манипуляция общественным мнением
  - б) Управление процессом взаимопонимания и установление взаимовыгодных отношений между организацией и ее публиками
  - в) Создание красивых, но недостоверных образов
  - г) Синоним рекламы

**Вопросы комбинированного типа:**

1. Верно ли, что основной целью PR в бизнесе является создание положительного имиджа любой ценой?

- а) Да
- б) Нет

*Поясните свой ответ:*

2. Является ли PR-деятельность в государственных структурах тождественной политической пропаганде?

- а) Да
- б) Нет

*Поясните свой ответ:*

## **Тема 2. Государственный PR как проектная деятельность (ОПК-4, ОПК-5)**

### **Вопросы открытого типа:**

1. Опишите этапы модели RACE и раскройте их содержание применительно к планированию государственной PR-кампании.

2. Какие виды исследований (социологические, коммуникационный аудит и др.) необходимы на подготовительном этапе PR-проекта и какую информацию они предоставляют?

3. Что входит в структуру рабочего плана и проектной документации для государственного PR-контракта?

4. Опишите систему измерения эффективности PR-деятельности, включая макро-, микро- и нормативные параметры.

### **Вопросы закрытого типа:**

1. Аббревиатура RACE в глобальном подходе к PR расшифровывается как:

- а) Research, Action, Communication, Evaluation (Исследование, Действие, Коммуникация, Оценка)
- б) Rating, Advertising, Control, Effect
- в) Relations, Analysis, Concept, Execution
- г) Reputation, Authority, Communication, Efficiency

2. Коммуникационный аудит — это исследование, направленное на:

- а) Измерение рейтингов телепередач
- б) Оценку эффективности всех внутренних и внешних коммуникаций организации
- в) Проведение глубинных интервью с топ-менеджментом
- г) Анализ бухгалтерской отчетности

3. Какой метод исследования относится к качественным и позволяет выявить глубинные мотивы и восприятия целевой аудитории?

- а) Репрезентативный опрос
- б) Фокус-группа

в) Контент-анализ СМИ

г) Пультометрия

4. К «микропараметрам» измерения эффективности PR обычно относят:

а) Изменение валового внутреннего продукта

б) Количество публикаций в СМИ, охват аудитории, тональность упоминаний

в) Изменение политического режима в стране

г) Глобальные демографические тренды

### **Вопросы комбинированного типа:**

1. Верно ли, что этап оценки (Evaluation) в модели RACE является необязательным, если кампания прошла успешно по субъективным ощущениям?

а) Да

б) Нет

*Поясните свой ответ:*

2. Является ли разработка информационно-коммуникационной стратегии необходимым этапом для любого, даже небольшого PR-проекта?

а) Да

б) Нет

*Поясните свой ответ:*

### **Тема 3. PR как демонстрация и реализация принципов открытости и доступности власти (ОПК-4, ОПК-5)**

#### **Вопросы открытого типа:**

1. Как коммуникативный подход к власти способствует укреплению ее легитимности в современном обществе?

2. Опишите виды легитимности по М. Веберу и проиллюстрируйте, как PR-методы могут работать на укрепление каждого из них.

3. Каковы глобальные нормы политической коммуникации, которые должны учитываться при формировании государственных PR-посланий?

4. Какие конкретные PR-методы и технологии могут быть использованы для повышения уровня открытости и доступности власти для граждан?

#### **Вопросы закрытого типа:**

1. Легитимность власти — это:

а) Ее юридическая законность

б) Признание и доверие со стороны общества, оправдание власти в глазах граждан

в) Военная мощь государства

г) Экономическое процветание

2. Какой вид легитимности основан на вере в священность традиций и права властвовать тех, кто получил власть по обычаю?

- а) Легально-рациональная
- б) Традиционная
- в) Харизматическая
- г) Демократическая

3. К нормам политической коммуникации в открытом обществе НЕ относится:

- а) Прозрачность принятия решений
- б) Обратная связь с гражданами
- в) Монополизация информационного пространства одной точкой зрения
- г) Доступность информации о деятельности власти

4. PR-метод, напрямую демонстрирующий открытость власти — это:

- а) Проведение закрытых брифингов для избранных СМИ
- б) Организация публичных слушаний и общественных обсуждений законопроектов
- в) Отказ от комментариев в кризисных ситуациях
- г) Создание позитивного имиджа без изменения реальной политики

### **Вопросы комбинированного типа:**

1. Верно ли, что легитимность власти может быть обеспечена исключительно силовыми методами без использования коммуникаций?

- а) Да
- б) Нет

*Поясните свой ответ:*

2. Является ли работа по укреплению легитимности актуальной только для новых или слабых правительств?

- а) Да
- б) Нет

*Поясните свой ответ:*

## **Тема 4. Технологии рекламы и PR для бизнес-структур и некоммерческих организаций (ОПК-4, ОПК-5)**

### **Вопросы открытого типа:**

1. В чем заключаются основные различия между спонсорством и благотворительностью в бизнес-среде? Каковы их цели и объекты?

2. Опишите процесс фандрайзинга для некоммерческой организации, выделив его ключевые этапы.

3. Что такое технология Social Branding и как она реализуется в практике современного бизнеса?

4. Раскройте суть технологий фасилитации и медиации. В каких ситуациях в бизнесе и НКО они наиболее применимы?



### **Вопросы закрытого типа:**

1. Ключевое отличие спонсорства от благотворительности заключается в том, что спонсорство:

- а) Всегда предполагает встречную рекламную выгоду для спонсора
- б) Не предполагает какой-либо выгоды
- в) Направлено только на помощь физическим лицам
- г) Запрещено законодательством

2. Фандрайзинг — это:

- а) Производство фонограмм
- б) Целенаправленный поиск и привлечение финансовых и иных ресурсов для реализации проектов НКО
- в) Вид рекламной кампании для продажи товаров
- г) Метод исследования аудитории

3. Технология Social Branding предполагает:

- а) Создание бренда, ориентированного исключительно на максимизацию прибыли
- б) Интеграцию социальной миссии и ответственности в стратегию развития бренда
- в) Продвижение бренда только через социальные сети
- г) Отказ от коммерческой деятельности

4. Задача фасилитации — это:

- а) Принятие решения за группу
- б) Организация и руководство процессом группового обсуждения для выработки решения
- в) Судопроизводство
- г) Написание пресс-релизов

### **Вопросы комбинированного типа:**

1. Верно ли, что спонсорский пакет должен быть универсальным для всех потенциальных спонсоров?

- а) Да
- б) Нет

*Поясните свой ответ:*

2. Является ли медиация эффективным инструментом для разрешения внутренних корпоративных конфликтов?

- а) Да
- б) Нет

*Поясните свой ответ:*

**Тема 5. Имиджевые и антикризисные PR-технологии для бизнес-структур и некоммерческих организаций (ОПК-4, ОПК-5)**

### **Вопросы открытого типа:**

1. Опишите структуру корпоративного имиджа. Какие элементы в нее входят и как они взаимосвязаны?
2. Каковы цели и функции формирования имиджа организации? Приведите пример типологии имиджей.
3. Опишите комплексный цикл действий организации в условиях кризисной ситуации. Каковы ключевые этапы антикризисного управления?
4. Что такое технология «спиндокторинг» и каковы этические границы ее применения в кризисных коммуникациях?

#### **Вопросы закрытого типа:**

1. Имидж организации — это:
  - а) Ее юридический адрес
  - б) Целостный, эмоционально окрашенный образ, сложившийся в массовом сознании
  - в) Штатное расписание сотрудников
  - г) Бухгалтерский баланс
2. Что НЕ является элементом корпоративного имиджа?
  - а) Внутренний имидж (среди сотрудников)
  - б) Имидж товаров и услуг
  - в) Имидж руководителя
  - г) Личные семейные отношения владельца компании, не связанные с бизнесом
3. Первоочередное действие в начале кризисной ситуации — это:
  - а) Скрыть информацию от общественности
  - б) Немедленно признать проблему и взять на себя ответственность, предоставив первую информацию
  - в) Дождаться указаний сверху
  - г) Обвинить в случившемся конкурентов
4. «Спиндокторинг» — это технология, направленная на:
  - а) Полное игнорирование кризиса
  - б) Интерпретацию событий в выгодном для организации свете, часто с целью минимизировать негатив
  - в) Незамедлительное выполнение всех требований критиков
  - г) Объективное и беспристрастное информирование

#### **Вопросы комбинированного типа:**

1. Верно ли, что положительный имидж можно создать исключительно с помощью рекламы, без изменения реальных качеств продукта или деятельности организации?

- а) Да
  - б) Нет

*Поясните свой ответ:*

2. Является ли полное замалчивание информации эффективной антикризисной стратегией в эпоху социальных сетей?

- а) Да  
б) Нет

*Поясните свой ответ:*

### 6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС<sup>1</sup>

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, включенные в соответствующий этап освоения компетенций, он глубоко и полно освещает теоретические, методологические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению и демонстрирует дискуссионность проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Свободное владение материалом. Достаточный уровень знакомства со специальной научной литературой. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы. Обучающийся не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	40
Ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества. Обучающийся твердо знает материал дисциплины, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	30-39
Ставится, если этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы не в полной мере. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере. Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач.	20-29

<sup>1</sup> \*БРС при изучении дисциплины не применяется

Ставится, если обучающийся не знает и не понимает сущности вопросов и предлагаемых задач. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по программному материалу дисциплины, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы в недостаточном объеме.	0-19
---	------

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Не требуется.

## 7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Наряду с прослушиванием лекций и участием в обсуждении проблем на практических занятиях, учебный план предусматривает затрату обучающимися, как правило, большего числа часов для самостоятельной работы.

Эта работа складывается из изучения литературы, в том числе в связи с подготовкой к практическим занятиям, выполнения других заданий преподавателя.

Основным элементом этой работы является изучение основных разделов дисциплины, содержащейся в программе по этой дисциплине, с использованием записей лекций преподавателя, ведущего курс, и рекомендуемой программой (а в ряде случаев и дополнительно преподавателем) литературы – учебников и учебных пособий, монографий и статей по отдельным проблемам данной науки. Такая работа должна выполняться в той или иной степени всеми обучающимися при подготовке к практическим занятиям. Но это можно делать и по темам, которые не выносятся на практические занятия – для этого рекомендуется сразу после лекции по теме прочитать рекомендованную по ней литературу. Это поможет закреплению материала.

Приступая к изучению той или иной темы, выделяемой по предметно-систематизированному принципу, нужно по отдельности и последовательно рассмотреть каждую из частей, из которых состоит тема.

Формой самостоятельной работы может быть и подготовка доклада по теме, определяемой преподавателем или инициативно предлагаемой обучающимся и согласуемой с преподавателем. Подготовка доклада в принципе ведется подобно тому, как ведется изучение темы для работы на практическом занятии, только тема доклада всегда значительно уже темы занятия, здесь разрабатывается лишь часть выносимой на занятие

проблематики, но зато рассмотрение этой части должно быть более глубоким. Поэтому нужно опираться на более широкий круг литературных источников, специально посвященных соответствующей теме.

При изучении курса, обучающиеся должны уметь пользоваться и научной литературой для самостоятельной подготовки к занятиям. Обучающиеся также должны научиться, используя различные научные источники, грамотно сформировать и подготовить свое научно обоснованное и логически непротиворечивое выступление на практическом занятии, анализировать конкретные факты общественной жизни, осуществлять прогноз относительно возможного направления анализа экономических процессов, формулировать и обосновывать свое мнение.

Без ясного понимания основных понятий образовательный процесс усложняется. Для повышения эффективности обучения необходимо использовать существующие терминологические справочники и толковые словари.

Контроль самостоятельной работы обучающегося – неотделимый, безусловно, необходимый, элемент организации и управления СР.

Моделирование самостоятельной работы обучающихся:

Повторение пройденного теоретического материала.

Установление главных вопросов темы.

Определение глубины и содержания знаний по теме, составление тезисов по теме.

Упражнения, решение задач.

Анализ выполняемой деятельности и ее самооценка.

Приобретенные умения и навыки.

Составление вопросов по содержанию лекции.

Руководство выполнением самостоятельной работы обучающихся:

Текущее собеседование и контроль.

Консультации.

Анализ, рецензирование, оценка, коррективы СР.

Перекрестное рецензирование.

Подведение итогов и т. д.

Этапы и приемы СР:

Подбор рекомендуемой литературы.

Знакомство с вопросами плана семинарского занятия и методической разработки по данной теме.

Определение вопросов, по которым нужно прочитать или законспектировать литературу.

Составление схем, таблиц на основе текста лекций, учебника, монографии.

Комплекс средств обучения при самостоятельной работе обучающихся:

Методические разработки для обучающихся с основным содержанием курса.

Дидактический раздаточный материал.

Обзорный конспект лекций, вопросы лекции.  
Сборник задач, тесты (контрольные задания) и др.  
Методы и формы организации самостоятельной работы обучающихся.

## **8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### **8.1. Основная литература**

1. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543309>
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535909>
3. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542098>
4. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555976>
5. Синяева, И. М. Реклама, PR, имидж : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20256-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557864>
6. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20393-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558073>

### **8.2. Дополнительная литература**

1. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. И. М. Синяевой. – Москва : Юнити, 2015. – 495 с. : табл., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>.

2. Марусева, И. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : учебное пособие : [16+] / И. В. Марусева, А. В. Кокарева ; под общ. ред. И. В. Марусевой. – Изд. 2-е, перераб. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 591 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282>.

3. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 223 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453642>.

4. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 432 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14228-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468088>.

5. Ушанов, П. В. Media relations. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учебное пособие / П. В. Ушанов. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 75 с. — ISBN 978-5-4486-0002-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/65718.html>.

### 8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Использование не предполагается.

### 8.4 Интернет-ресурсы

1. [www.urait.ru](http://www.urait.ru) - образовательная платформа «Юрайт».
2. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотека онлайн.
3. <https://e.lanbook.com/> электронно-библиотечная система «Лань».
4. <http://www.ibooks.ru/> - ЭБС «Айбукс» – электронная библиотечная система.
5. <http://mediabitch.ru/> - независимый журнал о PR.
6. <http://www.prjournal.ru/> - Практический журнал о PR.
7. <https://www.mediasphera.ru/> - электронный журнал «Медиасфера».
8. <http://mic.org.ru/> - сетевое научно-образовательное издание Медиа. Информация. Коммуникация (MIC).

## **9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Алтайский филиал РАНХиГС имеет комплексное современное материально-техническое оснащение, призванное поддерживать разные форматы обучения и позволяющее кардинально трансформировать учебный процесс, выходя далеко за пределы традиционной лекционной модели. Филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, лабораторных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещениями для самостоятельной работы студентов, а также специализированными помещениями, такими как:

- электронный зал для самостоятельной работы;
- компьютерный класс.

Оснащение учебных аудиторий и иных помещений в Алтайском филиале РАНХиГС представлено современными технологиями и оборудованием, включая интерактивные панели и доски, системы видеоконференцсвязи, звуковое оборудование и высокоскоростной Wi-Fi, проекторы или ЖК-панели, а также удобную и эргономичную мебель. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением. При реализации дисциплины Б1.О.04 Современные PR - технологии в госструктурах, бизнесе и НКО используются следующее программное обеспечение и информационно-справочные системы:

- Microsoft Office;
- Microsoft Windows.