

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 21.08.2023 03:42:44
Уникальный программный ключ:
2a04bb882d7edb7f479cb266eb4aaadedebba849

Приложение А

(обязательное к рабочей программе дисциплины)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Связи с общественностью»

Уровень образования

бакалавриат

(бакалавриат/магистратура/специалитет)

Направление подготовки
бакалавриата/магистратуры/специальность

43.03.01 Сервис

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Профиль направления
подготовки/специализация

Социокультурный сервис

(наименование)

Разработчик _____

подпись

Магомедова П.А., к.э.н. _____

(ФИО уч. степень, уч. звание)

Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры _____
« ___ » _____ 20__ г., протокол № _____

Зав. кафедрой _____

подпись

(ФИО уч. степень, уч. звание)

г. Махачкала 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)
 - 2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП
 - 2.1.2. Этапы формирования компетенций
 - 2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования
 - 2.2.2. Описание шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП
 - 3.1. Задания и вопросы для входного контроля
 - 3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций
 - 3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины Связи с общественностью и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся (в т.ч. по самостоятельной работе студентов, далее – СРС), освоивших программу данной дисциплины.

Целью фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 Сервис.

Рабочей программой дисциплины Связи с общественностью предусмотрено формирование следующих компетенций:

1) **УК-5.** Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Перечень оценочных средств, рекомендуемых для заполнения таблицы 1 (в ФОС не приводится, используется только для заполнения таблицы)

- Коллоквиум
- Кейс-задание
- Контрольная работа
- Круглый стол (дискуссия)
- Курсовая работа / курсовой проект
- Решение задач (заданий)
- Тест (для текущего контроля)
- Творческое задание
- Устный опрос
- Эссе
- Тест для проведения экзамена
- Задания / вопросы для проведения экзамена

Перечень оценочных средств при необходимости может быть дополнен.

2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Таблица 1

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Критерии оценивания	Наименование контролируемых разделов и тем ¹
<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Знать: межкультурное разнообразие общества, роль общественности, общественного мнения и специфику их в связях с общественностью. Уметь: строить отношения со средствами массовой информации и общественностью в социально-историческом, этическом и философском контекстах. Владеть: навыками стратегического планирования деятельности как основа гармонизации отношений организации с общественностью</p>	<p>Раздел I.: Публичность: значение, содержание, история становления Раздел II.: Процесс связей с общественностью в деятельности современной организации Раздел III.: Связи с общественностью как система коммуникаций</p>

¹ Наименования разделов и тем должен соответствовать рабочей программе дисциплины.

2.1.2. Этапы формирования компетенций

Сформированность компетенций по дисциплине Связи с общественностью определяется на следующих этапах:

1. **Этап текущих аттестаций** (Для проведения текущих аттестаций могут быть использованы оценочные средства, указанные в разделе 2)

2. **Этап промежуточных аттестаций** (Для проведения промежуточной аттестации могут быть использованы другие оценочные средства)

Таблица 2

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Этапы формирования компетенции					Промежуточная аттестация	
		Этап текущих аттестаций				Этап промежуточной аттестации		
		1-5 неделя	6-10 неделя	11-15 неделя	1-17 неделя			18-20 неделя
		Текущая аттестация №1	Текущая аттестация №2	Текущая аттестация №3	СРС	КР/КП		
1		2	3	4	5	6	7	
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Тест №1, кейс-задание	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Творческое задание №1	Творческое задание №1	Письменная экзаменационная работа	

СРС – самостоятельная работа студентов;

КР – курсовая работа;

КП – курсовой проект.

2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования

Результатом освоения дисциплины Связи с общественностью является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий, повышенный, базовый, низкий.

Таблица 3

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
Высокий (оценка «отлично», «зачтено»)	Сформированы четкие системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции	Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции
Повышенный (оценка «хорошо», «зачтено»)	Знания и представления по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции	Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продемонстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками. Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков
Базовый (оценка «удовлетворительно», «зачтено»)	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП. Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями для их устранения.	Обучающийся владеет знаниями основного материал на базовом уровне. Ответы на вопросы оценочных средств неполные, допущены существенные ошибки. Продемонстрирован базовый уровень владения практическими умениями и навыками,

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
	Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции	соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач
Низкий (оценка «неудовлетворительно», «не зачтено»)	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков	

Показатели уровней сформированности компетенций могут быть изменены, дополнены и адаптированы к конкретной рабочей программе дисциплины.

2.2.2. Описание шкал оценивания

В ФГБОУ ВО «ДГТУ» внедрена модульно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. В соответствии с этой системой применяются пятибалльная, двадцатибалльная и стобальная шкалы знаний, умений, навыков.

Шкалы оценивания			Критерии оценивания
пятибалльная	двадцатибалльная	стобальная	
«Отлично» - 5 баллов	«Отлично» - 18-20 баллов	«Отлично» - 85 – 100 баллов	Показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрирует глубокое и прочное усвоение материала; - исчерпывающе, четко, последовательно, грамотно и логически стройно излагает теоретический материал; - правильно формирует определения; - демонстрирует умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; - умеет делать выводы по излагаемому материалу.
«Хорошо» - 4 баллов	«Хорошо» - 15 - 17 баллов	«Хорошо» - 70 - 84 баллов	Показывает достаточный уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует достаточно полное знание материала, основных теоретических положений; - достаточно последовательно, грамотно логически стройно излагает материал; - демонстрирует умения ориентироваться в нормальной литературе; - умеет делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Удовлетворительно» - 3 баллов	«Удовлетворительно» - 12 - 14 баллов	«Удовлетворительно» - 56 – 69 баллов	Показывает пороговый уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует общее знание изучаемого материала; - испытывает серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы; - знает основную рекомендуемую литературу; - умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого материала.
«Неудовлетворительно» - 2 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-11 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-55 баллов	Ставится в случае: <ul style="list-style-type: none"> - незнания значительной части программного материала; - не владения понятийным аппаратом дисциплины; - допущения существенных ошибок при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП

3.1. Задания и вопросы для входного контроля

1. Что понимается под пиаром.
2. Что понимается под средствами массовой информации.
3. Как использует в своей работе СМИ специалист по менеджменту.
4. Основные функции современного менеджера.
5. Что понимается под рекламой и как она используется в работе современной организации.
6. Какие виды исследований вы знаете.
7. Как можно оценить действия и усилия организации.
8. Что понимается под коммуникацией.
9. Что в вашем понимании менеджмент организации.
10. Назовите основные мероприятия, проводимые для того, чтобы организация стала известной.
11. Как надо работать со СМИ для получения наибольшего эффекта для организации.
12. Для чего нужен в организации отдел по маркетингу.
13. Для чего нужен отдел по менеджменту и рекламе. Их основные различия.
14. Роль маркетинга в современной организации.
15. Информация и ее значения для современного общества и человека.

3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций

Критерии оценки уровня сформированности компетенций приводятся для каждого из используемых оценочных средств, указанных в разделе 2 фонда оценочных средств.

3.2.1. Контрольные вопросы для первой аттестации

1. Основные функции и структура управления связями с общественностью.
2. Роль отделов по связям с общественностью в различных организационных структурах.
3. Агентства по связям с общественностью и их роль для организаций.
4. Требования к персоналу внутрифирменных служб по связям с общественностью.
5. Толпа – масса – общественность. Общественные группы.
6. Общественное мнение как структурный элемент ПР.
7. Индивидуальные ориентации и совместная ориентация.
8. Способы управления общественным мнением.
9. Исследование как первый шаг в налаживании взаимоотношений организации с внешней средой.
10. Техники исследовательской работы.
11. Прикладные социологические исследования.
12. Социально-психологические исследования.
13. Формальные и неформальные методы.
14. Ценность и подходы к планированию.
15. Элементы плана программы.
16. Программирование деятельности. Определение миссии организации.
17. Принципы выделения и описания целевых аудиторий.
18. Оценка эффективности отношений с общественностью.
19. Планирование в управлении событиями.

3.2.2. Контрольные вопросы для второй аттестации

1. Коммуникация как процесс и его цели.
2. Виды и характеристики коммуникаций.
3. Коммуникационный менеджмент в организации.

4. Цели, задачи и современный уровень измерения и оценки.
5. Измерение выполненных работ.
6. Измерение воздействия сообщений.
7. Измерение осведомленности, установок и действий аудитории.
8. Измерение дополнительных видов деятельности.
9. Маркетинговые коммуникации.
10. Организация и планирование деятельности ПР в менеджменте.
11. Основные различия ПР, маркетинга и менеджмента.
12. Маркетинговый публик рилейшнз.
13. Массовые коммуникации и средства массовой информации
14. Общие правила отношений с СМИ
15. Работа с прессой.
16. Работа с радио и телевидением.
17. Интернет в ПР.
18. Цели отношений с потребителями
19. Продвижение товаров и услуг
20. Офис разбора претензий.

3.2.3. Контрольные вопросы третьей аттестации

1. Рост значимости отношений с занятыми.
2. Принципы современных коммуникаций с занятыми.
3. Средства внутриорганизационных коммуникаций.
4. Лоббирование
5. Комитеты политического действия
6. Работа с местными органами государственной власти и местной общественностью.
7. Советы лоббистам.
8. Организация программы отношений с инвесторами
9. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и сми
10. Инструменты финансовых коммуникаций корпорации.
11. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами.
12. Имидж и его природа.
13. «Анатомия» имиджа.
14. Внутренняя общественность и имидж организации.
15. ПР-реклама имиджа.
16. Церемонии открытия
17. Приемы
18. Презентации
19. Конференции
20. Дни открытых дверей
21. Круглые столы
22. Выставки

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении контрольной работы:

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);
- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

3.2.4 Творческие задания

Темы рефератов

1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса.
2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
3. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью.
4. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.
5. Виды информационных поводов и способы их создания.
6. Внутрикорпоративный PR. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом.
7. Конфликты и способы их разрешения PR-подразделениями.
8. Статус и стиль деятельности менеджера по PR.
9. Профессиональные организации и ассоциации PR в разных странах мира.
10. Возникновение связей с общественностью как социального института.
11. Связи с общественностью как функция менеджмента.
12. Современный специалист в области связей с общественностью.
13. Связи с общественностью как профессиональная деятельность.
14. Международные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
15. Национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
16. Этика профессионального поведения.
17. Организация работы отдела по связям с общественностью.
18. Спонсорство.
19. Корпоративная культура.
20. Управление имиджем организации.
21. Имидж политического деятеля и его поддержание средствами связей с общественностью.
22. Маркетинговые исследования в сфере связей с общественностью.
23. Функции специалистов по связям с общественностью в кризисных ситуациях.
24. Принципы и способы взаимодействия связей с общественностью и средствами массовой информации.
25. Фирменный стиль организации.
26. Проведение кампаний по связям с общественностью.
27. Роль политических паблик рилейшнз в манипулировании массовым сознанием и поведением.
28. Организация избирательной кампании.
29. Связи с общественностью в коммерческом секторе.
30. Фандрайзинг как технология связей с общественностью.
31. Связи с общественностью в государственном управлении.
32. Связи с общественностью в некоммерческих организациях.
33. Управление процессом паблик рилейшнз.
34. Внутрикорпоративные коммуникации и отношения с персоналом.
35. Связи с общественностью и искусство убеждения.
36. Организация специальных событий.

37. Сайт организации как форма продвижения имиджа.
38. Связи с общественностью в маркетинговых коммуникациях.
39. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью.

Коллоквиум/круглый стол (дискуссия) Вопросы к коллоквиуму/круглому столу (дискуссии) №1

- **Время проведения 1 час.**

- **Состоит из 4 вопросов.**

1. Какие из приведенных ниже навыков требуются специалисту по связям с общественностью для выполнения возложенных на него обязанностей в первую очередь:

а) написание и редактирование (составление сообщений для печати, тематических статей, бюллетеней, писем, сообщений);

б) исследования и сбор информации (об общественном мнении, тенденциях, политическом климате, законодательстве, реакции СМИ на распространенные статьи, заявления, пресс-релизы);

в) управление и администрирование (постановка цели, разработка стратегии и тактики связей с общественностью, координация действий других менеджеров),

г) связи со СМИ (контакты с представителями журналов, газет, телевизионных и радио каналов, информационных агентств),

д) консультирование (рекомендации руководству по поводу избегания кризиса, работа с лицами, ответственными за принятие важнейших решений с целью разработки стратегии управления кризисными ситуациями и своевременного реагирования на них);

е) устные выступления;

ж) организация и проведение различных мероприятий;

з) производство (производство фотографий, компьютерная верстка, запись и редактирование аудио и видео информации);

и) обучение (подготовка докладчиков к работе со СМИ и публичным выступлениям).

Обоснуйте ответ.

2. Какое место в структуре компании должен занимать отдел по связям с общественностью?

3. Какому из подразделений должен подчиняться специалист по связям с общественностью: маркетинг, продажи, финансовый отдел, технический отдел, напрямую высшему руководству?

4. Какие из обязанностей из приведенного перечня занимают, на ваш взгляд, больше всего времени в работе специалиста по связям с общественностью?

5. Какими правами и в какой мере должен обладать PR-специалист, чтобы с успехом выполнять возложенные на него обязанности? Ниже приводится перечень прав:

а) осуществлять официальную переписку с организациями и гражданами;

б) запрашивать и получать от других подразделений предприятия статистические и иные данные, документы и материалы, необходимые для выполнения возложенных на PR-специалиста задач;

в) участвовать в совещаниях, собраниях совета директоров, общем собрании акционеров;

г) распространять официальные заявления и сообщения для средств массовой информации;

д) пользоваться в установленном порядке бухгалтерской, статистической и иной отчетностью.

Вопросы к коллоквиуму/круглому столу (дискуссии) №2

- **Время проведения 1 час.**

- **Состоит из 7 вопросов.**

1. Как часто и в каком виде должно выходить корпоративное издание?
2. Предложите примерное содержание корпоративного издания.
3. Должны ли в таком издании приводиться разъяснения руководства компании по поводу реализуемой стратегии поведения на рынке, изменениях и нововведениях?
4. Перечислите все достоинства и недостатки организации и проведения спортивных соревнований среди сотрудников организации.
5. Что, на ваш взгляд, порождает слухи внутри компании? Стоит ли с ними бороться и какими методами?
6. Каковы преимущества и недостатки методики поощрения ценными подарками лучших работников компании по итогам года? Какова цель подобного поощрения?
7. Каковы основные преимущества и недостатки корпоративных мероприятий, связанных с юбилеем компании?

Вопросы к коллоквиуму/круглому столу (дискуссии) №3

- **Время проведения 1 час.**
- **Состоит из 5 вопросов.**

1. Определить медийную повестку дня на основе анализа новостной ленты крупнейших федеральных СМИ за последний месяц. Выделить 7-10 основных тем, активно освещавшихся всеми СМИ. Определить отличительные особенности повестки провластных и оппозиционных СМИ. Выявить специфику фрейминга отдельных тем разными изданиями.

2. Проанализировать специфику освещения в СМИ любой актуальной социальной проблемы (на выбор студента). Основная задача – опираясь на теорию Д. Лазика, как можно более полно определить перечень используемых стратегий конструирования данной проблемы в общественном сознании.

3. Взяв за основу классификацию риторических идиом П. Ибарры и Дж. Китсьюза, привести примеры актуальных социальных проблем России, которые освещаются в СМИ с использованием данных идиом. Основное требование к докладу – не менее 5 примеров к каждой риторической идиоме, проиллюстрированных цитатами из медиатекстов.

4. Разработать стратегию антикризисной коммуникации для органов государственной власти при подготовке официальных комментариев по определённой актуальной проблеме (на выбор студента). Стратегия должна включать основные принципы коммуникации, стоп-слова, а также конкретные примеры применения контрриторических приёмов (по классификации П. Ибарры и Дж. Китсьюза).

5. Подготовить анкету для опроса целевой аудитории организации до и после проведения коммуникационной кампании в поддержку кандидата на выборах в городскую думу. Задачи – выявить динамику узнаваемости кандидата, изменение отношения к нему потенциальных избирателей, наиболее популярные источники получения информации о кандидате, готовность проголосовать за кандидата, социально-демографические и психологические характеристики потенциальных избирателей.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении коллоквиума/круглого стола (дискуссии):

- оценка «отлично»: обучающийся демонстрирует полное понимание материала, дает верные определения основных понятий, корректно использует терминологический аппарат, может обосновать свои суждения. Обучающийся приводит примеры не только из рекомендуемой литературы, но и самостоятельно составленные, демонстрирует способности анализа и высокий уровень самостоятельности. Занимает активную позицию в дискуссии;

- оценка «хорошо»: обучающийся демонстрирует полное понимание материала, дает верные определения основных понятий, корректно использует терминологический аппарат, может обосновать свои суждения. Обучающийся приводит примеры и демонстрирует высокий

уровень самостоятельности, устанавливает причинно-следственные связи обсуждаемых проблем;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, допускает ошибки и неточности в определении основных понятий, преимущественно корректно использует терминологический аппарат. Обучающийся недостаточно доказательно и полно обосновывает свои суждения, с затруднением приводит свои примеры;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся не ориентируется в материале, допускает ошибки и неточности в определении основных понятий, некорректно использует терминологический аппарат. Обучающийся не приводит примеры к своим суждениям. Не участвует в работе.

Кейс-задание №1

Кейс 1. В одном из американских городков возникла серьезная проблема: мусор на обочинах дорог. На несознательных водителей пытались воздействовать словом, что, к сожалению, не принесло желаемых результатов. Тогда проблему решили весьма простым способом: на разделительной полосе в центре дороги на светофоре левого поворота были установлены наклонные урны, чтобы водители, ожидающие зеленой стрелки, могли выбрасывать туда накопившийся за время поездки мусор.

Задание: по мнению американских исследователей, одним из элементов любой успешной PR-кампании является инжиниринг. Выделите этот элемент в приведенной кампании.

Кейс 2. Сложная задача стояла перед агентством, которое занималось продвижением Всероссийского фестиваля особых театров “Протеатр” (“особыми” фестиваль называет театры, где играют актеры-инвалиды). Агентству необходимо было изменить представления зрителей о творчестве людей с ограниченными возможностями и спозиционировать проект “Протеатра” - Интегрированные творческие мастерские “От творческих успехов – к самостоятельной жизни” не как очередную благотворительную акцию или попытку получить сочувствие, а какотдельный культурный феномен.

Так появилась идея: поскольку театральное творчество инвалидов абсолютно ново в современном культурном контексте, то и афиши спектаклейтакже должны быть не похожи на все, что создавалось ранее. Креативщики агентства собрали вещи из домашнего обихода, которые никогда не использовались как афиши: чемодан, шляпа, галстук, фартук, футболка, надувная игрушка, гитара, грелка и т.д. И вместе с актерами “Протеатра” написали на каждой из них: “Вы никогда не видели такой афиши. Вы никогда не видели таких актеров”. На каждую “афишу” был наклеен стикер с дополнительной информацией о проекте. В продолжение идеи на носовых платках были отпечатаны пригласительные билеты и флаеры с текстом “Вы никогда не видели такого приглашения, вы никогда не видели таких актеров”.

Задание: какая креативная технология была применена авторами проекта по продвижению фестиваля? Развивая описанную идею, предложите свой вариант оформления театральных программ, гардеробных номерков, закусок в театральном буфете.

Кейс 3. Перед организаторами акции по популяризации фильма «Эверест: за гранью возможного» стояла сложная задача: наглядно продемонстрировать журналистам тот факт, что восхождение на гору – крайне сложная задача.

Задание: какой креативный вариант решения вы бы предложили, учитывая, что на подступах к вершине альпинист тратит около 25 000 калорий в сутки?

Кейс 4. В сентябре 2019 г. Бахрушинский музей представил новый социальный проект «Я тебе не бабушка!»

Сегодня в коллекции Театрального музея имени Алексея Бахрушина более 1,5 млн предметов хранения, а в его списке 10 филиалов в Москве и Подмосковье. Невозможно представить музей без зрителей, которые внимательно следят за экспонатами и

посетителями. Именно сотрудницы музея стали героями нового социального проекта «Я тебе не бабушка!», главными задачами которого являются привлечь внимание общественности к служению музейных сотрудников, наглядно продемонстрировать важность профессии, а также заинтересовать искусством потенциальных посетителей.

В кадре модного фотографа Дани Головкина на фоне узнаваемых интерьеров Бахрушинского музея оказались: Анна Назарова (стаж работы в музее 23 года), Алла Селиванова (стаж 18 лет), Галина Корчикова (восемь лет) и Ирина Касьянова (два года). Смотровельницы, которых большинство людей привыкли видеть строгими и суровыми, предстали современными, смелыми и открытыми к диалогу с посетителями.

Фотографии сопровождаются слоганами из уст смотрительниц: «Пока вы мечтаете о 1,5 млн подписчиков, мы собрали 1,5 млн экспонатов», «Я тебе не бабушка! Я твой путеводитель по истории театра!», «У Бахрушинского музея 10 филиалов. Пройди квест — найди меня», «В Бахрушинском музее картины не исчезают в полдень», «В этом году 125 лет. Не мне, Бахрушинскому музею».

«Нас восхищают искренность и преданность делу наших смотрительниц, вдохновляют истории, с которыми они к нам приходят работать. Алла Николаевна Селиванова до работы в музее выступала на сцене Большого театра, а Анна Федоровна Назарова трудилась дошкольным педагогом. Они по-настоящему влюблены в театр и его служителей, а мы благодарны им за самоотверженный труд. Бахрушинский музей сегодня расширяет границы привычной работы с посетителями, идет навстречу интересам людей всех возрастов», — рассказала первый заместитель генерального директора Кристина Трубинова.

Осенью 2019 года фотографии со смотрительницами музея появились на билбордах Москвы.

Задание: определите, к какому типу/типам PR-кампании, согласно мнению американского практика PR Патрика Джексона, относится данная акция. Проанализируйте представленный кейс с точки зрения типологии СО-кампаний Д.Гавры.

Кейс 5.

Задание: какие варианты позиционирования современного политического деятеля демонстрируют следующие фрагменты электоральных материалов американских политических деятелей:

а) отрывок из электорального фильма Б. Клинтона «Человек из Надежды» («A man from Nore⁴»), в котором юному Биллу жал руку президент Кеннеди, а в высказываниях учителей и близких четко прослеживалась мысль: «Мы всегда знали: Билл далеко пойдет»;

б) фрагмент биографии Б. Обамы: «Барак – сирота. В 1982 году, когда Обаме был 21 год, его родной отец погиб в автомобильной аварии в Кении. Обама потерял и так неизвестного ему отца. Свои чувства он описал в книге «Мечты, унаследованные от отца», которая сразу стала бестселлером. Обама очень много говорит о семье – жене и двух дочерях. Он профессиональный семьянин со стажем, который любит делать уроки со своей старшей дочерью и играть с младшей. Летом 2008 г. вышла третья книга, которую Обама написал в соавторстве со своей женой и дочерьми»⁵;

в) факт биографии Д.Трампа: Дональд Трамп стал вторым в истории кандидатом на пост президента США от двух главных партий, кто был изначально известен как бизнесмен и не занимал никаких государственных постов. И первым таким кандидатом, выигравшим выборы⁶.

Кейс 6. Чтобы защитить "Бриллиантовую руку" от "надругательства" цензуры, Л. Гайдай придумал достаточно хитроумный ход. В конце фильма он "приклеил" документальную хронику ядерного взрыва. Приемная комиссия просто обомлела от такой "вольности". В общем, пока они уговаривали режиссера убрать этот вовсе не соответствующий идее фильма кадр, напрочь забыли о прежних придираках к другим эпизодам. Так остались "...руссо туристо, облик морале" и прочие "невинные" вещи.

Задание: проанализируйте данный пример с точки зрения спин-технологии.

Какой спин-прием мастерски использовал Л. Гайдай?

Кейс 7. В Японии в некоторых компаниях начали вводить дресс-код, согласно которому сотрудницам запрещено носить очки. Японки пытаются бороться с дискриминацией, но власти считают, что в существующем порядке нет никакой проблемы.

Женщины уже запустили хэштег *glasses ban* (запрет на очки). Одна японка рассказала, что на бывшей работе ее руководитель говорил, что клиентам не нравится, когда продавцы носят очки. Другая сотрудница пожаловалась, что начальник заставлял ее носить линзы, несмотря на то инфекционное заболевание глаз, из-за чего ей приходилось "терпеть боль".

Банри Янаги, сотрудник страховой компании в Токио, считает странным разрешать мужчинам носить очки, а женщинам - нет.

Среди оснований для запрета ношения очков — соображения безопасности для работниц авиакомпаний, необходимость лучше видеть макияж для работниц салонов красоты, а также «недоброжелательное впечатление», которое могут вызвать консультантки в магазинах, носящие очки.

BBC сообщает, что не до конца понятно, речь идет о решении конкретных компаний или о социально приемлемой практике в конкретных профессиях. Такили иначе, хэштег «очки запрещены» уже стал одним из самых распространенных в японских соцсетях, а противоречивое решение обсуждают до сих пор.

Существует мнение, что запрет очков является отражением «старого, традиционного японского» стиля мышления.

«Если правила запрещают женщинам носить очки, то это является дискриминацией против женщин», — цитирует *The Guardian* Кану Дои, руководительницу японского отдела правозащитной организации *Human Rights Watch*. Издание напоминает, что в последнем отчете Всемирного экономического форума Япония заняла 110 место из 149 по уровню гендерного равенства, значительно отстав от остальных развитых стран.

Для справки: это не первая дискуссия относительно гендерной дискриминации в Японии. В июне 2019 г. японские женщины запустили флешмоб *#KuToo* за право носить на работе обувь без каблуков. Они требовали от правительства принять закон, который запретит компаниям заставлять их носить каблуки. Тогда министр труда Японии Такуми Нэмото выступил против инициативы, заявив, что дресс-код с обязательными высокими каблуками для женщин является «необходимым и уместным».

Задание: как известно, этичное поведение – мощное конкурентное преимущество на рынке и область инвестиций компании. Обратившись к разделу

«Этика и ответственность в СО», прокомментируйте требования японских работодателей к дресс-коду сотрудниц. Как вы считаете, в случае выхода японских организаций, запрещающих носить сотрудницам очки и обувь без каблуков, на транснациональный рынок их поведение изменится?

Кейс-задание №2

1. Аналитический проект. Задание на ситуативный анализ кризисной ситуации.

Заданная ситуация: Репутационный кризис системы высшего профессионального образования в сфере негосударственных высших заведений. Скандалы в системе ВПО в сфере лицензирования и аккредитирования ВУЗов.

2. Творческий проект. Задание на разработку рекомендаций по регулированию PR-деятельности в кризисной ситуации.

Заданная ситуация: Разработка малобюджетных PR-решений в целях продвижения рынка негосударственных образовательных услуг в системе высшего профессионального образования

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при решении кейс-задания:

- оценка «отлично»: в процессе решения проблемной ситуации продемонстрированы глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, взаимосвязи рассматриваемых процессов

и явлений. Ответы и предложенные решения логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные. Грамотно и полно сформулированы все обоснования; изложение материала логично, грамотно, без ошибок; обучающийся демонстрирует связь теории с практикой;

- оценка «хорошо»: показаны твёрдые и достаточно полные знания материала дисциплины. Ответ содержит незначительные ошибки, однако, в целом, обучающийся демонстрирует правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; дает грамотные ответы на поставленные вопросы в кейсе, обосновывает принятое решение;

- оценка «удовлетворительно»: рассуждения обучающегося поверхностные, слабое владение профессиональной терминологией, не связывает теорию с практикой, рассуждения нелогичны, решение не обосновано либо предложения не раскрывают суть проблемы;

- оценка «неудовлетворительно»: предпринята попытка решения проблемной ситуации, ответ неверен, допущены критические ошибки в решении, ответ показывает непонимание обучающимся сути вопроса, незнание теории, неумение связать теорию с практикой.

Вопросы остаточных знаний студентов

1. Ресурсы обеспечения деятельности СО.
2. Расчет бюджета отдела СО.
3. Задачи подразделения СО в структуре предприятия.
4. Литературная группа в структуре отдела по СО.
5. Аналитическая группа в структуре СО.
6. Производственный сегмент в отделе по СО.
7. Координация работы отдела по СО с другими структурами государственной службы.
8. Работа PR-отдела по спонсированию и по поиску спонсоров (фандрайзинг).
9. Содержание работы PR-отдела с клиентами.
10. Правовой аспект PR-работы с потребителями.
11. Защита информации как важное направление в работе PR-отдела.
12. Реклама как важнейшее направление в работе PR-отдела.
13. Координация планирования PR-программы и оценка ее эффективности.
14. Разработка программы PR-компании в рамках PR-отдела.
15. Взаимодействие PR-отдела с целевыми аудиторами.

3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

3.3.1. Перечень вопросов к зачету

1. Основные функции и структура управления связями с общественностью.
2. Роль отделов по связям с общественностью в различных организационных структурах.
3. Агентства по связям с общественностью и их роль для организаций.
4. Требования к персоналу внутрифирменных служб по связям с общественностью.
5. Толпа – масса – общественность. Общественные группы.
6. Общественное мнение как структурный элемент ПР.
7. Индивидуальные ориентации и совместная ориентация.
8. Способы управления общественным мнением.
9. Исследование как первый шаг в налаживании взаимоотношений организации с внешней средой.
10. Техники исследовательской работы.
11. Прикладные социологические исследования.
12. Социально-психологические исследования.
13. Формальные и неформальные методы.
14. Ценность и подходы к планированию.
15. Элементы плана программы.
16. Программирование деятельности. Определение миссии организации.

17. Принципы выделения и описания целевых аудиторий.
18. Оценка эффективности отношений с общественностью.
19. Планирование в управлении событиями.
20. Коммуникация как процесс и его цели.
21. Виды и характеристики коммуникаций.
22. Коммуникационный менеджмент в организации.
23. Цели, задачи и современный уровень измерения и оценки.
24. Измерение выполненных работ.
25. Измерение воздействия сообщений.
26. Измерение осведомленности, установок и действий аудитории.
27. Измерение дополнительных видов деятельности.
28. Маркетинговые коммуникации.
29. Организация и планирование деятельности ПР в менеджменте.
30. Основные различия ПР, маркетинга и менеджмента.
31. Маркетинговый публик рилейшнз.
32. Массовые коммуникации и средства массовой информации
33. Общие правила отношений с СМИ
34. Работа с прессой.
35. Работа с радио и телевидением.
36. Интернет в ПР.
37. Цели отношений с потребителями
38. Продвижение товаров и услуг
39. Офис разбора претензий.
40. Рост значимости отношений с занятыми.
41. Принципы современных коммуникаций с занятыми.
42. Средства внутриорганизационных коммуникаций.
43. Лоббирование
44. Комитеты политического действия
45. Работа с местными органами государственной власти и местной общественностью.
46. Советы лоббистам.
47. Организация программы отношений с инвесторами
48. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ
49. Инструменты финансовых коммуникаций корпорации.
50. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами.
51. Имидж и его природа.
52. «Анатомия» имиджа.
53. Внутренняя общественность и имидж организации.
54. ПР-реклама имиджа.
55. Церемонии открытия
56. Приемы. Презентации. Конференции
57. Дни открытых дверей. Круглые столы. Выставки
58. Подготовка к кризису и его начало.
59. Проблемы управления кризисом.
60. Коммуникации в ситуации кризиса.
61. Рекомендации по успешному преодолению кризиса.
62. Проверка готовности к кризису.
63. Факторы актуализации мультинациональных деловых коммуникаций.
64. Уровни деловой культуры: национальный, региональный, глобальный.
65. Культурные различия: критерии, содержание и значение в ПР.
66. Западная и восточная деловые культуры.

Дополнительно указываются:

а) методические рекомендации по подготовке и процедуре осуществления контроля выполнения

Зачеты и экзамены могут быть проведены в письменной форме, а также в письменной форме с устным дополнением ответа. Зачеты служат формой проверки качества выполнения студентами лабораторных работ, усвоения семестрового учебного материала по дисциплине (модулю), практических и семинарских занятий (при отсутствии экзамена по дисциплине).

По итогам зачета, соответствии с модульно – рейтинговой системой университета, выставляются баллы с последующим переходом по шкале баллы – оценки за зачет, выставляемый как по наименованию «зачтено», «не зачтено», так и дифференцированно т.е. с выставлением отметки по схеме – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», определяемое решением Ученого совета университета и прописываемого в учебном плане.

Экзамен по дисциплине (модулю) служит для оценки работы студента в течении семестра (года, всего срока обучения и др.) и призван выявить уровень, качество и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умения синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. По итогам экзамена, в соответствии с модульно – рейтинговой системой университета выставляются баллы, с последующим переходом по шкале оценок на оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», свидетельствующие о приобретенных компетенциях или их отсутствии.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения зачета:

- оценка «зачтено»: обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание материала, свободно выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, усвоивший основную и дополнительную литературу. Обучающийся выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне не ниже базового;

- оценка «не зачтено»: обучающийся демонстрирует незнание материала, не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины. Обучающийся не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне ниже базового. Дальнейшее освоение ОПОП невозможно без дополнительного изучения материала и подготовки к зачету.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) / экзамена:

- оценка **«отлично»**: обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявил совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыл основные положения темы. В ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Обучающийся подкрепляет теоретический ответ практическими примерами. Ответ сформулирован научным языком, обоснована авторская позиция обучающегося. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«хорошо»**: обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявлено умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, но есть недочеты в формулировании понятий, решении задач. При ответах на дополнительные вопросы допущены незначительные ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«удовлетворительно»**: обучающимся дан неполный ответ на вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, нарушена логика ответа, не сделаны выводы. Речевое оформление требует коррекции. Обучающийся испытывает

затруднение при ответе на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень владения компетенцией(-ями);

- оценки **«неудовлетворительно»**: обучающийся испытывает значительные трудности в ответе на вопрос, допускает существенные ошибки, не владеет терминологией, не знает основных понятий, не может ответить на «наводящие» вопросы преподавателя. Обучающимся продемонстрирован низкий уровень владения компетенцией(-ями).

Критерии оценки уровня сформированности компетенций для проведения экзамена/дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) зависят от их форм проведения (тест, вопросы, задания, решение задач и т.д.)