

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:06:57

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a248e130f

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

Методические указания
по выполнению практических работ по дисциплине
«GR-КОММУНИКАЦИИ»
для студентов направления подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) Коммуникативные технологии и реклама

Пятигорск, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

С.

- 1 Введение
- 2 Методические указания по организации практических занятий
- 3 Вопросы для собеседования
- 4 Список литературы

Введение

Методические рекомендации к практическим занятиям студентов по дисциплине «GR-коммуникации» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Цель курса – формирование представления об основах и освоение методологии взаимодействия с органами государственной власти, принципах построения отношений между коммерческими и некоммерческими организациями и органами государственной власти, методологии анализа нормативно-правовой и регуляторной деятельности органов государственной власти.

Образовательные задачи курса:

- получить знания о GR-менеджменте как системной деятельности;
- сформировать комплексные представления об организации взаимодействия с органами государственной власти в современной России
- познакомить студентов с современными методами и практическими техниками GR-деятельности
- познакомиться с формами работы GR-специалистов
- познакомить с базовой методологией и практическим инструментарием
- получить представление о GR как о форме деятельности по установлению отношений с государственными и муниципальными органами.

2. Методические указания по организации практических занятий

Практическое занятие № 1

Тема: Система GR менеджмента

Цель: формирование представления о системе взаимодействия государственных и бизнес-структур

Формируемая компетенция ОПК-2, ПК-13

Вопросы и задания:

1. Технологии GR.
2. Разница между GR и понятием «лоббирование»
3. Структура понятия GR.
4. История становления GR и регулирования GR в мире.

Практическое занятие 2.

Тема: Нормотворческий и законодательный процесс в РФ

Цель: формирование представления о системе взаимодействия государственных и бизнес-структур

Формируемая компетенция ОПК-2, ПК-13

Вопросы и задания:

1. Основные этапы законодательного процесса.
2. Законодательная инициатива.

Практическое занятие 3.

Тема: Система государственного планирования в РФ

Цель: формирование представления о системе взаимодействия государственных и бизнес-структур

Формируемая компетенция ОПК-2, ПК-13

Вопросы и задания:

1. Стратегическое планирование.

2. Федеральные целевые программы. Доктрины и концепции.
3. Отраслевые стратегии. Стратегические документы президента и парламента.

Практическое занятие 4.

Тема. Инструменты и методология GR

Цель: формирование представления о системе взаимодействия государственных и бизнес-структур

Формируемая компетенция ОПК-2, ПК-13

Вопросы и задания:

1. Кризисные коммуникации.
2. Карта стейкхолдеров.
3. Оценка и анализ регуляторных рисков.
4. Отчеты и записки в сфере GR.

Практическое занятие 5.

Тема. Технологии взаимодействия бизнеса и органов власти

Цель: формирование представления о системе взаимодействия государственных и бизнес-структур

Формируемая компетенция ОПК-2, ПК-13

Вопросы и задания:

1. Спонсорство и корпоративная филантропия.
2. Корпоративная социальная ответственность бизнеса.

Практическое занятие 6.

Тема. Технологии влияния на государственные решения

Цель: формирование представления о системе взаимодействия государственных и бизнес-структур

Формируемая компетенция ОПК-2, ПК-13

Вопросы и задания:

1. Законодательная инициатива. Подготовка правительственного законопроекта.
2. Внесение законопроектов в Госдуму. Рассмотрение в Госдуме. Рассмотрение СФ.
3. Подписание президентом и вступление в силу.

Практическое занятие 7.

Тема. GR-переговоры

Цель: формирование представления о системе взаимодействия государственных и бизнес-структур

Формируемая компетенция ОПК-2, ПК-13

Вопросы и задания:

1. Понятие и специфика переговоров.
2. Искусство GR-переговоров.

Практическое занятие 8.

Тема. Организация работы GR- подразделения в компании

Цель: формирование представления о системе взаимодействия государственных и бизнес-структур

Формируемая компетенция ОПК-2, ПК-13

Вопросы и задания:

1. Структура GR-подразделения в компании
2. Отраслевые особенности GR-деятельности

Практическое занятие 9.

Тема. Профессиональные навыки GR-специалиста

Цель: формирование представления о системе взаимодействия государственных и бизнес-структур

Формируемая компетенция ОПК-2, ПК-13

Вопросы и задания:

Методы реализации кадровых и организационных инициатив в GR.

Вопросы для собеседования

1. Дайте определение понятия «паблисити».
2. Дайте определение понятия «политическая реклама».
3. Сформулируйте цель GR-департамента.
4. Дайте определение понятия «консалтинг».
5. Дайте определение понятия «GR-менеджер».
6. Дайте определение понятия «PR».
7. Дайте определение понятия «дебаты».
8. Дайте определение понятия «public affairs».
9. Дайте определение понятия «зелёный камуфляж».
10. Дайте определение понятия «пресс-конференция».
11. Дайте определение понятия «коммуникативная тактика».
12. Дайте определение понятия «коммуникативная стратегия».
13. Перечислите технологии GR-коммуникации
14. Дайте определение понятия «issues management».
15. Дайте определение понятия «краудсорсинг».
16. Дайте определение понятия «филибастер».
17. Перечислите формы работы GR-департамента с органами государственной власти.
18. Перечислите типы деловых ассоциаций коммерческих компаний.
19. Приведите примеры внешних стейкхолдеров коммерческой компании.
20. Дайте определение понятия «лицо, принимающее решение».
21. Что такое департамент по связям с органами государственной власти?
22. Дайте определение понятия «технологический субъект GR».
23. Дайте определение понятия «краудфандинг».
24. Дайте определение понятия «субъекты GR».
25. Дайте определение понятия «медиакоммуникации».
26. Приведите примеры внутренних стейкхолдеров коммерческой компании.
27. Дайте определение понятия «астротурфинг».
28. Дайте определение понятия «объекты GR».
29. Дайте определение понятия «сокпаппетинг».
30. Приведите примеры субъектов GR.
31. Дайте определение понятия «коррупция».
32. Перечислите GR-технологии, которые включает в себя стратегия прямого взаимодействия с органами государственной власти
33. Дайте определение понятия «корпоративная социальная ответственность».
34. Дайте определение понятия «коммуникационный продукт».
35. Приведите примеры коммерческих субъектов GR.
36. Дайте определение понятия «стратегическая филантропия».
37. Охарактеризуйте понятие «клиент» в структуре лоббистских отношений.
38. Дайте определение понятия «медиарилейшнз».
39. Дайте определение понятия «убеждение».
40. Охарактеризуйте специальное мероприятие как инструмент GR-коммуникаций.
41. Дайте определение понятия «лоббист».

42. Приведите примеры некоммерческих субъектов GR.
43. Дайте определение понятия «национальная медиасистема».
44. Дайте определение понятия «функциональная демократия».

3. Список литературы

3.1 Основная литература:

1. Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс: учебное пособие [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829> . – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.
2. Милюкова, А.Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR: методические материалы и кейсы : [16+] / А.Г. Милюкова. – Саратов: Вузовское образование, 2020. – 127 с. – (Вузовское образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610850>. – ISBN 978- 5-4487-0723-0. – Текст : электронный.

3.2 Дополнительная литература:

1. Крупенков, В.В. Государственные и бизнес-коммуникации : учебно-практическое пособие / В.В. Крупенков, Н.А. Мамедова, А.Н. Грачев. – Москва : Евразийский открытый институт, 2011. – 115 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968>
2. Менеджмент / Т.В. Вырупаева, Л.С. Драганчук, О.Л. Егошина и др. ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2016. – 380 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497293>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-3434-5.
3. Марусева, И.В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) / 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: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9885-3.

3.3 Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «GR-коммуникации» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.
2. Методические указания для студентов по организации самостоятельной работы по дисциплине «GR-коммуникации» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3.4 Интернет-ресурсы:

1. <https://www.gks.ru/> - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.
2. <https://stavstat.gks.ru/> - Управление Федеральной службы государственной статистики по Северо-Кавказскому федеральному округу.
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://biblioclub.ru>
4. Научная электронная библиотека e-library – www.elibrary.ru
5. Международная реферативная база данных - www.scopus.com
6. <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online>. - некоммерческая интернет-версия (СПС) КонсультантПлюс.
7. <https://www.garant.ru/> - информационно-правовой портал Гарант.ру.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

Методические указания
для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по
дисциплине **«GR-КОММУНИКАЦИИ»**
для студентов направления подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностьюнаправленность (профиль)
Коммуникативные технологии и реклама

Содержание

Введение

Общая характеристика самостоятельной работы

Технологическая карта самостоятельной работы студена

Методические указания по изучению теоретического материала

Список литературы

Введение

Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «GR-коммуникации» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Основной формой работы студента является не только работа на лекции, изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, но и практические занятия, которые позволяют глубоко проникнуть в суть рассматриваемой проблемы. Но для успешной учебной деятельности, ее интенсификации необходимо учитывать следующие субъективные факторы:

1. Знание программного материала, наличие прочной системы знаний, необходимой для усвоения основных дисциплин, предусмотренных программой.
2. Наличие выработанных умений, навыков умственного труда:
 - а) умение делать глубокий, обстоятельный анализ при работе с книгой, Интернет–источниками;
 - б) владение логическими операциями: сравнение, анализ, обобщение, определение понятий, правила систематизации и классификации.
3. Специфика познавательных психических процессов: внимание, память, речь, наблюдательность, интеллект и мышление.
4. Хорошая работоспособность, которая обеспечивается нормальным физическим состоянием.
5. Соответствие избранной деятельности, профессии индивидуальным способностям. Необходимо выработать умение саморегулировать свое эмоциональное состояние и устранять обстоятельства, нарушающие деловой настрой, мешающие намеченной работе.
6. Овладение оптимальным стилем работы, обеспечивающим успех в деятельности.
7. Уровень требований к себе, определяемый сложившейся самооценкой.

Адекватная оценка знаний, достоинств, недостатков – важная составляющая самоорганизации человека, без нее невозможна успешная работа по управлению своим поведением, деятельностью.

По наблюдениям исследователей педагогов, одна из основных особенностей обучения заключается в том, что постоянный внешний контроль заменяется самоконтролем, активная роль в обучении принадлежит уже не столько преподавателю, сколько студенту.

1. Общая характеристика самостоятельной работы при изучении дисциплины «GR-коммуникации»

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «GR-коммуникации» предусматривает следующие виды: самостоятельное изучение литературы.

Цели самостоятельной работы:

- овладение новыми знаниями, а также методами их получения;
- развитие умения приобретения научных знаний путем личного поиска и переработки информации;
- сбор и систематизация знаний по конкретной теме или проблеме

Задачи самостоятельной работы:

- формирование умений использовать справочную документацию и специальную литературу; развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности.
- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов; углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации
- развитие исследовательских умений;

Цель самостоятельного изучения литературы – самостоятельное овладение знаниями, опытом исследовательской деятельности.

Задачами самостоятельного изучения литературы являются:

- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов.

Формируемые компетенции:

Индекс	Формулировка:
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ПК-13	Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

2. Технологическая карта самостоятельной работы студента

Коды реализуемых компетенций, индикатора(ов)	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе (астр.)		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
ОФО					
ИД-1 ОПК-2 ИД-2 ОПК-2 ИД-3 ОПК-2 ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13	Самостоятельное изучение литературы с 1-9 темам	собеседование	56,7	6,3	63
Итого за 7 семестр			56,7	6,3	63
Итого			56,7	6,3	63

3. Методические указания по изучению теоретического материала

3.1. Указания по организации работы с литературой

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данной дисциплине.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий дисциплины. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Различают два вида чтения; первичное и вторичное. *Первичное* - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятого слова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача *вторичного* чтения полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).

Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания. Основные советы здесь можно свести к следующим:

- составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
- перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, что для экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ).
- обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит очень сэкономить время).
- разобраться для себя, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть.
- при составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателями и научными руководителями, которые помогут лучше сориентироваться.
- все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты.
- в работе с научной литературой следует выработать в себе способность «воспринимать» сложные тексты; для этого лучший прием – научиться «читать медленно», когда понятно каждое прочитанное слово (а если слово незнакомое, то либо с помощью словаря, либо с помощью преподавателя обязательно его узнать).

3.2. Задания для самостоятельной работы студентов

3.2.1. Вид самостоятельной работы студентов: самостоятельное изучение литературы.

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект.

Средства и технологии оценки: собеседование.

Порядок оформления и предоставления: оформляется в виде конспекта. При составлении конспекта необходимо внимательно прочитать текст. После этого выделить главное, составить план; кратко сформулировать основные положения текста; законспектировать материал, четко следуя пунктам плана. Записи следует вести четко, ясно.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого

предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Конспект предоставляется в рукописном виде на практическом занятии.

Критерии оценивания: Оценка «отлично» ставится студенту, если он полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «хорошо» ставится студенту, если он дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «отлично», но допускает ошибки, которые сам же исправляет, и имеются недочеты в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, если студент он незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

4. Методические указания по подготовке к экзамену

Изучение дисциплины «GR-коммуникации» завершается экзаменом. Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

На консультации перед экзаменом студентов знакомят с основными требованиями, ответят на возникшие у них вопросы. Поэтому посещение консультаций обязательно.

При подготовке к экзамену необходимо использовать конспекты лекций по дисциплине, учебники и учебные пособия (из списка основной и дополнительной литературы) или конспект литературы, прочитанной по указанию преподавателя в течение семестра.

Вначале следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.

Вопросы к экзамену

1. Система GR менеджмента
2. Технологии GR.
3. Разница между GR и понятием «лоббирование».
4. Структура понятия GR.
5. История становления GR и регулирования GR в мире.
6. Нормотворческий и законодательный процесс в РФ
7. Основные этапы законодательного процесса.

8. Законодательная инициатива.
9. Система государственного планирования в РФ
10. Стратегическое планирование.
11. Федеральные целевые программы. Доктрины и концепции.
12. Отраслевые стратегии. Стратегические документы президента и парламента.
13. Инструменты и методология GR
14. Кризисные коммуникации.
15. Карта стейкхолдеров.
16. Оценка и анализ регуляторных рисков.
17. Отчеты и записки в сфере GR.
18. Технологии взаимодействия бизнеса и органов власти
19. Спонсорство и корпоративная филантропия.
20. Корпоративная социальная ответственность бизнеса.
21. Технологии влияния на государственные решения
22. Законодательная инициатива. Подготовка правительственного законопроекта.
23. Внесение законопроектов в Госдуму. Рассмотрение в Госдуме. Рассмотрение СФ. Подписание Президентом и вступление в силу.
24. GR-переговоры
25. Понятие и специфика переговоров.
26. Искусство GR-переговоров.
27. Организация работы GR-подразделения в компании
28. Структура GR-подразделения в компании
29. Отраслевые особенности GR-деятельности
30. Профессиональные навыки GR-специалиста
31. Методы реализации кадровых и организационных инициатив в GR.

5. Методические указания по выполнению тестовых заданий.

Предлагаемые тестовые задания разработаны в соответствии с Рабочей программой дисциплины, что позволяет оценить знания студентов по дисциплине. Данные тесты могут использоваться:

- студентами при подготовке к экзамену с целью самопроверки знаний;
- преподавателями для промежуточного контроля знаний на занятиях по предмету;
- для проверки остаточных знаний студентов, изучивших дисциплину.

Тестовые задания рассчитаны на самостоятельную работу без использования вспомогательных материалов.

Для выполнения тестового задания, прежде всего, следует внимательно прочитать поставленный вопрос. После ознакомления с вопросом следует приступать к прочтению предлагаемых вариантов ответа. Необходимо прочитать все варианты и в качестве правильного ответа выбрать один индекс (буквенное обозначение). Если в тестовом задании правильных ответов несколько, то это должно указываться в задании. Баллы начисляются за задание, выполненное в полном объеме: так, если в задании предусмотрено два правильных ответа, а отмечен только один, выполнение данного задания оценивается нулем баллов.

Заданий, где правильный вариант отсутствует, в тесте не предусмотрено.

На выполнение теста отводится ограниченное время. Оно может варьироваться в зависимости от уровня тестируемых, сложности и объема теста.

Тестовые задания

Какая модель организации GR-деятельности характерна для ранних этапов развития компании:

- а) Когда GR занимается первое лицо компании непосредственно;
- б) Когда GR занимается заместитель руководителя;

- в) Когда GR занимается департамент по отношениям сорганами государственной власти;
- г) Когда GR занимается советники, помощники первого лица по отношениям с органами государственной власти.

Какой аббревиатурой обозначается область информационного взаимодействия с госорганами

- а) «b2b»
- б) «GR»
- в) «b2c»
- г) «PR-p»

Соотношение PR и пропаганды

- а) это разные типы работы с общественностью
- б) пропаганда — часть PR
- в) PR — часть пропаганды
- г) это одно и то же

Первые представления о связях с общественностью зародились в ...

- а) Англии
- б) России
- в) США
- г) Франции

Короткая и конструктивная встреча официальных лиц, представляющих, по преимуществу, деловые или правительственные круги, со средствами массовой информации – это...

- а) пресс-конференция
- б) прием
- в) брифинг
- г) презентация
- д) пресс-тур

Наиболее перспективная в современных условиях модель связей с общественностью:

- а) двусторонняя симметричная модель
- б) двусторонняя ассиметричная модель
- в) модель общественной информации
- г) модель рекламы

Особенность пропаганды заключается в ...

- а) установлении эффективные коммуникации с представителями деловых кругов, государственных органов власти, финансовых институтов
- б) том, чтобы заставить людей принять навязываемые точки зрения, отношения или ценности
- в) том, чтобы договориться с отдельными группами общественности на основе взаимовыгодных условий
- г) распространении политических точек зрения действующей власти

Общественные отношения – это ...

- а) взаимосвязи между социальными общностями, возникающие в процессе совместной деятельности и различных взаимодействий
- б) отношения между людьми
- в) отношения между общественными организациями
- г) процесс передачи информации между источником и получателем

Основное направление работы специалистов подразделений службы PR (в коммерческой организации)

- а) максимально длительное игнорирование общественного мнения и отсутствие информированности о нем руководства
- б) консультирование и подготовка важнейших выступлений первых лиц компании
- в) формирование стратегии фирмы с учетом общественных связей

- г) выработка стратегии фирмы в области ценообразования
- д) участие в ответственных деловых встречах, от которых зависит финансовое положение фирмы

Сэм Блэк

- а) торговая марка, под которой продаются различные продуктовые товары
- б) автор фундаментальных трудов по public relations
- в) советник по public relations президента США Джорджа Буша-младшего
- г) известный экономист

Мероприятия, используемые в PR-практике (выберите три ответа из многих)

- а) выставки
- б) снижение цены
- в) формализация отчетов
- г) публичные выступления
- д) конференции
- е) презентации

Для использования PR в качестве инструмента преодоления внутрифирменных конфликтов необходимо, чтобы ...

- а) руководство регулярно информировало сотрудников о планах развития организации
- б) был создан внутрифирменный печатный орган
- в) предоставлялась достоверная и полная информация, не нарушающая интересы конфликтующих сторон

Исключите лишнюю коммуникационную модель PR

- а) Двусторонний ассиметричный PR
- б) Модель общественной информации
- в) Двусторонний симметричный PR
- г) Манипулятивная модель

Крупнейшая российская ассоциация, объединяющая организации и специалистов, занимающихся public relations была организована в ... году.

- а) 1989
- б) 1995
- в) 1991
- г) 1993

Коммуникация – это...

- а) связь между людьми, организациями, государствами
- б) процесс обмена сообщениями, информацией между различными личностями, социальными группами, общностями, организациями
- в) транспортные пути

Элемент коммуникационного процесса

- а) указатель
- б) сигнал
- в) обратная связь
- г) направляющий

Основное направление работы специалистов подразделений службы PR (в коммерческой организации)

- а) максимально длительное игнорирование общественного мнения и отсутствие информированности о нем руководства
- б) консультирование и подготовка важнейших выступлений первых лиц компании
- в) формирование стратегии фирмы с учетом общественных связей
- г) выработка стратегии фирмы в области ценообразования
- д) участие в ответственных деловых встречах, от которых зависит финансовое положение фирмы

Сэм Блэк

- а) торговая марка, под которой продаются различные продуктовые товары
- б) автор фундаментальных трудов по public relations
- в) советник по public relations президента США Джорджа Буша-младшего
- г) известный экономист

Мероприятия, используемые в PR-практике (выберите три ответа из многих)

- а) выставки
- б) снижение цены
- в) формализация отчетов
- г) публичные выступления
- д) конференции
- е) презентации

Для использования PR в качестве инструмента преодоления внутрифирменных конфликтов необходимо, чтобы ...

- а) руководство регулярно информировало сотрудников о планах развития организации
- б) был создан внутрифирменный печатный орган
- в) предоставлялась достоверная и полная информация, не нарушающая интересы конфликтующих сторон

Исключите лишнюю коммуникационную модель PR

- а) Двусторонний ассиметричный PR
- б) Модель общественной информации
- в) Двусторонний симметричный PR
- г) Манипулятивная модель

Крупнейшая российская ассоциация, объединяющая организации и специалистов, занимающихся public relations была организована в ... году.

- а) 1989
- б) 1995
- в) 1991
- г) 1993

Коммуникация – это...

- а) связь между людьми, организациями, государствами
- б) процесс обмена сообщениями, информацией между различными личностями, социальными группами, общностями, организациями
- в) транспортные пути

Элемент коммуникационного процесса

- а) указатель
- б) сигнал
- в) обратная связь
- г) направляющий

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется, если студент полностью справился с заданием, показал умения и навыки, а также если он свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент полностью справился с заданием, показал умения и навыки, но допустил незначительные ошибки. То есть студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент полностью справился с теоретическим заданием, но не показал умения и навыки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент не справился с заданиями и не проявляет значительной активности в собеседовании, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями участвует в собеседовании, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

6. Список литературы

6.1 Основная литература:

1. Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829> . – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.

2. Милюкова, А.Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR: методические материалы и кейсы : [16+] / А.Г. Милюкова. – Саратов : Вузовское образование, 2020. – 127 с. – (Вузовское образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610850>. – ISBN 978-5-4487-0723-0. – Текст : электронный.

6.2 Дополнительная литература:

1. Крупенков, В.В. Государственные и бизнес-коммуникации : учебно-практическое пособие / В.В. Крупенков, Н.А. Мамедова, А.Н. Грачев. – Москва : Евразийский открытый институт, 2011. – 115 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968>

2. Менеджмент / Т.В. Вырупаева, Л.С. Драганчук, О.Л. Егошина и др. ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2016. – 380 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497293>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-3434-5.

3. Марусева, И.В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий)

/ 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: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9885-3.

6.3 Интернет-ресурсы:

1. <https://www.gks.ru/> - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.

2. <https://stavstat.gks.ru/> - Управление Федеральной службы государственной статистики по Северо-Кавказскому федеральному округу.

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://biblioclub.ru>

4. Научная электронная библиотека e-library – www.elibrary.ru

5. Международная реферативная база данных - www.scopus.com

6. <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online>. - некоммерческая интернет-версия (СПС) КонсультантПлюс.

7. <https://www.garant.ru/> - информационно-правовой портал Гарант.ру.