

**Воронежский институт высоких технологий АНОО ВО**

**Методические рекомендации по организации самостоятельной работы  
по дисциплине «Связи с общественностью»**

**Воронеж 2018**

## **Общие рекомендации по организации самостоятельной работы**

Целью самостоятельной работы обучающихся является организация систематического изучения дисциплины «Связи с общественностью», закрепление и углубление полученных знаний и навыков, а также формирование культуры умственного труда и самостоятельности в поиске и приобретении новых знаний.

Самостоятельная работа предполагает реализацию метода самообучения. Особое место уделяется консультированию. Консультирование – это организованное взаимодействие между преподавателем и студентами, направленное на разрешение проблем и внесение позитивных изменений в деятельность обучающихся. Сущность данного метода состоит в том, что отсутствует традиционное изложение материала преподавателем, обучающая функция заменяется консультированием, которое может осуществляться как при непосредственном контакте, так и при опосредованном (информационные технологии). Консультирование сосредоточено на решении конкретной проблемы. Главная цель преподавателя в таком методе обучения – научить студента учиться. В практике консультирования выявлено несколько моделей деятельности. В зависимости от функций различают экспертное, проектное и процессное консультирование. В роли эксперта преподаватель выступает при предъявлении студентами выполненных работ. Специфика проектного консультирования заключается в сопровождении, например, курсового проектирования. Процессное консультирование используется в ходе обучения студентов по индивидуальным образовательным программам. Характер самостоятельной работы студентов зависит от формы работы.

Репродуктивная самостоятельная деятельность: самостоятельный просмотр и прочтение учебной литературы, лекций, заучивание, запоминание, повторение учебного материала и др.

Познавательная-поисковая самостоятельная деятельность: подбор литературы по актуальной проблеме, выполнение практических работ, подготовка сообщений (презентаций) на практических занятиях и др.

Творческая самостоятельная деятельность: подготовка курсовой работы, выполнение творческих заданий и др.

В ходе самостоятельной работы обучающийся должен освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.); закрепить знание теоретического материала; применить полученные знания и практические навыки для анализа ситуации и выработки правильного решения (подготовка к групповой дискуссии, подготовленная работа в рамках деловой игры, письменный анализ конкретной ситуации и т.; применить полученные в рамках дисциплины знания, умения и навыки для формирования собственной позиции, теории, модели (для выполнения выпускной квалификационной работы, научно-исследовательской работы).

Результаты самостоятельной подготовки проявляются в активности студента на занятиях и качественном уровне выполненных практических, творческих работ, тестовых заданий, при ответах на экзамене (зачете) и др.

Лекции по дисциплине «Связи с общественностью» играют огромную роль в освоении дисциплины, поскольку, во-первых, представляют весьма разнородный, обширный материал в систематизированном виде. Во-вторых, именно работая с лекционным материалом, начинается формирование важнейших навыков: навыка восприятия и навыка анализа. Сопровождение курса лекций аудиовизуальным материалом призвано не просто проиллюстрировать обсуждаемые проблемы и ситуации, а стимулировать интеллектуальную работу студента по анализу и поиску решений различных проблем. В лекционном материале затрагиваются вопросы, которые в дальнейшем могут стать основой дискуссии на семинарских занятиях, темой эссе, реферата или курсовой работы.

Конспектирование лекций, безусловно, необходимо в силу ряда причин. Во-первых, процесс конспектирования позволяет длительно сохранять внимание к излагаемым проблемам и создает дополнительные возможности для усвоения материала, а, во-вторых, в конспекте фиксируются основные положения изучаемой темы, что позволяет в дальнейшем сэкономить время при подготовке к различным видам контроля. В первую очередь необходимо зафиксировать план лекции, отражающий логику изложения содержания темы, основные понятия, имена, названия, стилистические особенности, интересные факты, сравнения, необходимую литературу по теме.

## **Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям**

Подготовка и работа обучающихся на практических занятиях по дисциплине «Связи с общественностью», в большинстве случаев, должно сопровождаться презентацией и органично сочетать подачу информации, ее иллюстрирование аудиовизуальным материалом и представление собственной интерпретации этого материала. Поскольку исследуемые проблемы имеют личностную значимость для студентов и воспринимаются зачастую очень неоднозначно, практические занятия обязательно содержат элемент дискуссии. Во время обсуждения студенты должны стремиться отстаивать свою точку зрения, уметь излагать свое отношение к нравственным и этическим проблемам, а также иметь навыки практического использования полученных знаний в профессиональной деятельности. Культура речи, презентация информации одновременно характеризует и теоретические знания по дисциплине, и практические навыки их использования.

Привлекая различные источники для подготовки к выступлению, студенты должны хорошо уяснить «вес» этой информации, насколько она научна, обоснованна, как соотносится с реально установленными фактами. Если предложенные вопросы имеют явно дискуссионный характер, желательно, чтобы выступающий выбрал для защиты одну из существующих теорий, а не пытался представить кратко все теории, вне зависимости от собственной позиции.

### **Пример практической работы**

**Тема:** «Выявление специфики Public Relations в контексте сравнительного анализа с рекламой, пропагандой и пиар».

**Цель работы:** выявить общие и специфические черты обозначенных информативно убеждающих видов коммуникации.

**Задание 1.** Распределите ниже перечисленные признаки по соответствующим колонкам таблицы (табл. 1) и добавьте отсутствующие признаки в соответствующие колонки.

Таблица 1 – Сравнительный анализ Public Relations (PR) с рекламой, пропагандой и пиар

Связи с общественностью (PR)	Реклама	Пропаганда	Пиар

Признаки информативно убеждающих видов коммуникации:

- Односторонняя коммуникация, действие, не требующее размышлений.
- Исключает негативность. Не отрицает, не отвергает, а налаживает конструктивное сотрудничество, оперируя конкретными фактами.
- Двусторонняя коммуникация.
- Имеет в речи положительный оттенок.
- Навязывание точек зрения и информационное давление.
- Учет реакции общественности, при необходимости корректировка этой политики.
- Основывается на этических нормах.
- Признает любые средства.
- Цель оправдывает средства.
- Возможно искажение и фальсификация фактов. При необходимости сокрытие фактов.
- Добиться результата, навязать свое мнение.

- Ставит задачей заставить человека принять определенную точку зрения, отвергая любую другую.
- Цель никогда не оправдывает использование ложных, вредных или сомнительных средств.
- Осуществляется только честными средствами.
- Формирование общественного мнения на основе осознания приемлемости, выгоды, пользы предлагаемой политики (деятельности) организации для общества.
- Имеет в речи нейтральный или отрицательный оттенок.
- Могут не учитываться этические аспекты.
- Убеждение с целью привлечения сторонников.
- Полная открытость.
- Убеждение с целью достижения взаимопонимания. Ориентирование на диалог.

Сформулируйте вывод.

**Задание 2.** Установите соответствие между теориями коммуникаций и их характеристиками.

Теории коммуникаций:

- а) ситуационная теория;
- б) теория четырех моделей СО:
  - манипулятивная,
  - пропагандистская,
  - журналистская,
  - двухсторонняя асимметричная,
  - двухсторонняя симметричная.
- в) RACE-модель.

Характеристики теорий коммуникаций:

1. особенности данной модели:

- цель PR-деятельности - взаимная польза организации (фирмы) и общественности,
  - функции PR-специалистов смещаются от журналистских, пропагандистских к исследовательским, коммуникативным, менеджерским,
  - базисный PR-субъект осознает необходимость взаимопонимания с общественностью, готов идти на изменения своей деятельности во взаимовыгодных целях,
  - широко практикуются интерактивные формы работы, переговоры, технологии предупреждения конфликтов с общественностью,
  - потребитель выступает в роли "партнера", он причастен к развитию организации;
2. сущность: формирование аудитории представляет собой процесс организации людей, объединяемых общностью реакций на результаты деятельности базисного субъекта.
- В рамках теории выделено четыре основных типа аудитории:
- универсальная (одинаково активно реагирует на проблемные ситуации),
  - апатичная (аудитория, которая в равной степени пассивна ко всем вопросам),
  - узконаправленная (активно реагирует на конкретную проблему, которая затрагивает меньшинство населения),
  - аудитория «горячих» проблем (проявляет повышенную активность в решении конкретной проблемы, которая захватывает интересы всего населения и каждого человека в отдельности);
3. особенности данной модели:
- главной целью является распространение информации, как следствие - регулярные взаимоотношения со СМИ,

- информация о базисном PR-субъекте распространяется только позитивная, негативные факты замалчиваются (при этом действует принцип "не лгать" - то есть информация предлагается точная),
  - информирование общественности носит односторонний характер, обратная связь не предполагается;
4. В данной модели PR воплотился лучший опыт развития новой коммуникативной технологии, проявилась максимальная социальная польза, реализовались наиболее существенные черты цивилизованных PR. Ее применение требует наивысшей квалификации от специалистов, особенно в бизнесе и политике. В силу данных причин, а также целого ряда других IV модель PR – наименее распространена. Она не является доминирующей в практике. Хотя вся теория связей с общественностью строится на критериях, воплощенных в этой модели.
5. Особенности данной модели:
- Первый этап: исследование и анализ рыночной ситуации, постановка целей и задач программы. Проведение ситуационного анализа, SWOT-анализа организации. Выяснение причины, которая привела к решению о проведении PR-кампании.
- Второй этап: планирование. Разработка стратегического и оперативного плана. Определение целей кампании, методов и способов ее достижения.
- Третий этап: действие. Непосредственная реализация PR-кампании.
- Четвертый этап: оценка эффективности проведенной PR-программы.
6. Особенности данной модели:
- активно применяются методы исследования общественного мнения, анализируется реакция общественности на

отправляемую информацию, особое значение придается позитивным откликам,

- на первом месте у организаторов работы по PR стоит выгода организации (фирмы), а интересы общественности могут быть отодвинуты или затенены,
- от коммуникации выигрывает только организация, а не общественность,
- негативные мнения специалистов и общественных деятелей замалчиваются, более оптимальный для местного населения вариант реконструкции остается в тени;

#### 7. Особенности данной модели:

- потребитель (общественность) выступает в роли пассивного получателя информации, фактически является "жертвой" определенного давления,
- используются любые средства воздействия на потребителя без учета их этичности,
- правдивость, объективность информации не являются обязательными требованиями,
- минимальный набор средств и выделения целевых групп (в основном используются СМИ),
- информирование сугубо одностороннее, обратная связь с потребителем не устанавливается.

## Методические рекомендации по подготовке эссе

Эссе происходит от французского "попытка", "проба", "очерк". Эссе - это обоснование личностной точки зрения человека в письменной форме. Такая творческая работа содержит авторские умозаключения и выводы.

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении (Словарь литературоведческих терминов).

Написание эссе способствует развитию таких навыков, как самостоятельное творческое мышление и письменное изложение собственных мыслей, позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные понятия, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать опыт соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Для эссе характерно:

- наличие конкретной темы или вопроса;
- выражение индивидуальных впечатлений и соображений по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета;
- носит философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный или др. характер;
- в содержании эссе оцениваются в первую очередь личность автора - его мировоззрение, мысли и чувства.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов (Т).

2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы (А).

Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление,
- тезис, аргументы,
- тезис, аргументы,
- тезис, аргументы,
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.
3. Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Специалисты полагают, что должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире. Впрочем, стиль отражает особенности личности, об этом тоже полезно помнить.

Классификация эссе на две большие группы:

- личностное, субъективное эссе, где основным элементом является раскрытие той или иной стороны авторской личности,
- объективное эссе, где личностное начало подчинено предмету описания или какой-то идее.

Можно выделить общие признаки (особенности) жанра, которые обычно перечисляются в энциклопедиях и словарях:

1. Небольшой объем. Каких-либо жестких границ, конечно, не существует, объем эссе - от трех до семи страниц компьютерного текста.
2. Конкретная тема и подчеркнута субъективная ее трактовка. Тема эссе всегда конкретна. Эссе не может содержать много тем или идей (мыслей). Оно отражает только один вариант, одну мысль. И развивает ее. Это ответ на один вопрос.
3. Свободная композиция. Важная особенность эссе. Исследователи отмечают, что эссе по своей природе устроено так, что не терпит никаких формальных рамок.
4. Непринужденность повествования. Исследователи отмечают, что хорошее эссе может написать только тот, кто свободно владеет темой, видит ее с различных сторон и готов предъявить читателю не исчерпывающий, но многоаспектный взгляд на явление, ставшее отправной точкой его размышлений.
5. Склонность к парадоксам. Эссе призвано удивить читателя (слушателя) - это, по мнению многих исследователей, его обязательное качество. Отправной точкой для размышлений, воплощенных в эссе, нередко является афористическое, яркое высказывание или парадоксальное определение, буквально сталкивающее на первый взгляд бесспорные, но взаимоисключающие друг друга утверждения, характеристики, тезисы.

6. Внутреннее смысловое единство. Возможно, это один из парадоксов жанра. Свободное по композиции, ориентированное на субъективность, эссе вместе с тем обладает внутренним смысловым единством, т.е. согласованностью ключевых тезисов и утверждений, внутренней гармонией аргументов и ассоциаций, непротиворечивостью тех суждений, в которых выражена личностная позиция автора.
7. Ориентация на разговорную речь. В то же время необходимо избегать употребления в эссе сленга, шаблонных фраз, сокращения слов, чересчур легкомысленного тона. Язык, употребляемый при написании эссе, должен восприниматься серьезно.

При написании эссе огромное значение имеет проверка первой его версии. При написании черновика ваша задача заключается в том, чтобы выработать аргументацию, отшлифовать основные мысли и расположить их в строгой последовательности, сопровождая их иллюстративными материалами или вспомогательными данными и т.д. Написав первый вариант, дайте ему день или два отлежаться, а затем вернитесь к работе по проверке и улучшению, на "свежую голову".

Когда вы закончите эссе, выполните следующее упражнение. Присвойте каждому абзацу букву:

- S (short), если в абзаце менее 10 слов,
- либо M (medium), если в абзаце менее 20 слов,
- либо L (long), если в абзаце 20 и более слов.

Правильное эссе имеет следующий или похожий порядок букв - «M S M L M S». Неправильное эссе характеризует такая последовательность букв – «S S S M L L L».

## **Методические рекомендации по подготовке курсовой работы**

### ***Общие сведения по выполнению курсовой работы***

Курсовая работа – это содержательное, самостоятельно выполненное студентом поисковое исследование.

Целью подготовки курсовой работы является оценка уровня овладения студентом теоретико-методологическими основами по соответствующей дисциплине, выявление умения излагать концептуальное видение проблемы и её практическое решение. Выполнение курсовой работы является подготовкой к решению более сложной учебной задачи – написания выпускной квалификационной работы.

Задачи курсовой работы:

- овладение методами исследовательской и аналитической деятельности, обработка собранной информации и её чёткое, логичное, последовательное изложение;
- приобретение навыков работы с научной литературой, с нормативно-правовыми материалами, со справочными и другими источниками информации по теме исследования;
- уточнение основных понятий, определение объекта и предмета исследования;
- расширение объёма знаний по учебной дисциплине;
- активизация самостоятельной работы и творческого мышления.

Тема курсовой работы выбирается студентом самостоятельно, исходя из своих интересов и предпочтений, из числа тем, предложенных преподавателем по учебной дисциплине. Допускается возможность предложения студентом своей темы курсовой работы с необходимым обоснованием целесообразности её разработки. В данном случае, тема предварительно согласовывается с преподавателем (руководителем). Хорошая курсовая работа может стать основой выпускной квалификационной работы.

Руководство в процессе написания курсовой работы осуществляется, как правило, в форме консультаций, которые являются средством оказания помощи студентам и формой текущего контроля.

Осмысление и понимание темы осуществляется самостоятельно с использованием литературы, интернет-источников. Важным условием качественного выполнения Вашей курсовой работы является изучение литературы по избранной теме. При этом важно выявить особенности трактовки одних и тех же вопросов разными авторами, высказываемые ими оригинальные идеи, гипотезы, способы и приемы исследования, которыми они пользуются, а также систему их аргументации и доказательств.

Выбрав тему, после первоначального ознакомления с литературой, определяется план работы: введение, основная часть (2-3 раздела), заключение. Разделы могут содержать подразделы (не менее двух, один подраздел не выделяется). Структура курсовой работы должна способствовать раскрытию избранной темы и её основных элементов.

Для обеспечения более чёткого и организованного процесса написания курсовой работы рекомендуется составить примерный график её выполнения. В графике указываются примерные временные рамки основных этапов выполнения работы.

Среди основных этапов выполнения курсовой работы следует выделить:

- а) Подбор и изучение научной, учебной литературы, нормативно-правовых материалов по теме, информационных и методических материалов. При работе с литературой необходимо делать выписки в форме цитат, фактических и цифровых материалов, оценок, точек зрения, понятий – всего, что может послужить для более полного раскрытия темы. Выписки обязательно сопровождать указанием источника (автор, название источника, место издания, год, страница).

- б) Обработка собранной информации, статистическая группировка по количественным и качественным признакам, составление таблиц, схем, графиков и т.п.
- в) Написание курсовой работы, формулирование выводов, подготовка приложений.
- г) Передача курсовой работы преподавателю (руководителю) для рецензирования, оценки.

### ***Структура курсовой работы***

В состав курсовой работы входят: титульный лист (см. Приложение 1), оглавление, введение, основная часть, заключение, список использованных источников, приложения.

Первый вариант введения, в схематической форме, полезно написать в самом начале исследования. Это поможет организовать процесс работы и сделает его более целеустремлённым.

При написании работы необходимо учитывать следующие рекомендации.

***Введение.*** Актуальными признаются темы, недостаточно разработанные теоретически и практически, посвящённые важным проблемам становления, организации и функционирования структур по связям с общественностью.

Если в литературе исследуемая проблема рассмотрена в недостаточной степени, то необходимо указать, какие вопросы в ней решены не полностью, а каким уделено особое внимание.

**Цель и задачи исследования.** Целью работы является исследование проблем, определяемых выбранной темой, а также направлений и методов их решения. Цель работы необходимо сформулировать кратко и конкретно. Она должна вытекать из обоснования актуальности темы.

**Задачи исследования.** Это теоретические и практические результаты, которые должны быть получены в ходе выполнения работы. Они должны определять структуру содержания (плана) работы.

Объектом исследования принято называть явление, процесс, которые порождают проблематику, затронутую в конкретно взятой работе.

Предмет исследования определяется темой курсовой работы. В качестве предмета исследования может выступать процесс, сфера, вид деятельности, организационная структура связей с общественностью или иное явление, которые подлежат исследованию.

Краткая характеристика и анализ наиболее интересных и полезных для написания работы источников и литературы.

**Основная часть.** Основная часть содержит последовательное и обоснованное изложение материалов, раскрывающих цели и задачи, поставленные во введении. Состоит из разделов и подразделов, при этом подразделы выделяются в том случае, если их два и более, один подраздел не выделяется. Главы должны заканчиваться краткими выводами по рассматриваемой проблеме. Используемые в работе понятия, цитаты, фактические материалы, статистические данные должны иметь ссылку на источник.

При написании курсовой работы необходимо наличие выводов, оценки результата решения задач Вашей работы. Они должны быть четко сформулированы и обоснованы.

Примерный объём основной части 18-22 страниц. Содержание работы должно раскрывать тему курсовой работы.

Библиографическая ссылка – совокупность библиографических сведений о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте документе. Письменная работа может содержать как прямое, так и косвенное цитирование.

Правила цитирования. Цитата (от лат. citatum < citare – приводить) – буквальная, дословная выдержка из какого-либо текста, а также чьи-либо слова, приводимые в точности. Объём цитаты может варьироваться от слова или словосочетания до нескольких абзацев. Основными правилами использования и требованиями оформления цитат являются:

- неразрывная связь цитаты с текстом;
- точность цитирования (соблюдение всех знаков препинания первоисточника);
- недопустимость объединения в одной цитате отрывков из разных мест (каждый фрагмент помещается как отдельная цитата);
- оформления начала и конца цитаты кавычками;
- наличие библиографической ссылки на источник цитирования;
- цитата как самостоятельное предложение начинается с прописной (заглавной) буквы даже в случае, когда первое слово в источнике пишется со строчной буквы;
- цитата, помещённая в предложение после двоеточия, начинается со строчной буквы, если первое слово цитаты в источнике пишется со строчной буквы (при этом цитата предваряется многоточием), и с прописной буквы, если в цитируемом отрывке первое слово идёт с прописной буквы; в других случаях внутри предложения цитата начинается со строчной буквы;
- пропуск слов, предложений или абзацев при цитировании обозначается многоточием;
- при окончании цитируемого отрывка вопросительным, восклицательным знаками или многоточием, данные знаки опускаются и соблюдается пунктуация собственного текста;
- при косвенном цитировании, когда мысль автора приводится не дословно, перед ссылкой на источник ставят «См. ...».

**Заключение.** Заключение не должно включать пересказ содержания, новые факты, цифры и выводы, отличные от изложенных в основной части работы. Здесь подводятся итоги теоретической и практической разработки темы, отражается решение задач, поставленных во введении, предлагаются обобщения и выводы по исследуемой теме, формулируются предложения и рекомендации. Примерный объём заключения 2-3 страницы.

Общий объем курсовой работы составляет 25-28 страниц. Сроки написания курсовой работы определяются учебным планом.

### ***Порядок защиты курсовой работы***

#### 1. Общая характеристика работы:

- тема,
- мотивы выбора темы,
- круг основных вопросов, раскрытых в теме, план курсовой работы,
- основные литературные источники, использованные в работе при раскрытии темы,
- краткое содержание практической части, ее осмысление и оценка.

#### 2. Характеристика основного содержания курсовой работы:

- сущность рассматриваемой проблемы,
- позиции ученых и оценочные суждения автора по основным аспектам данной проблемы,
- анализ и оценка практического опыта решения указанной проблемы с позиции теории вопроса.

#### 3. Самооценка результата и качества выполненной работы:

- задачи, которые ставились в процессе работы над темой, и как удалось их решить,
- степень удовлетворенности результатами проделанной работы,
- над какими вопросами темы работа может быть продолжена.

### ***Примерные темы курсовых работ***

1. Сравнительный анализ российских и зарубежных этических кодексов в связях с общественностью.
2. Корпоративная социальная ответственность в системе корпоративных коммуникаций.
3. Лоббирование как инструмент PR.
4. Техники НЛП и их значение для PR.

5. Социальные сети – новый эффективный механизм взаимодействия с целевыми аудиториями.
6. Связи с общественностью в коммерческой сфере: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере конкретной организации).
7. Связи с общественностью в сфере высшего образования: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития.
8. Особенности и проблемы развития связей с общественностью в социальной сфере (на примере учреждений образования, здравоохранения и др.).
9. Связи с общественностью в производственных организациях: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере конкретной организации).
10. Технологии связей с общественностью как профилактика кризисов, антикризисный менеджмент.
11. Правовые и этические основы PR. Профессиональные ассоциации в области PR и их функции.
12. Спонсорство, благотворительность, патронаж как методы PR.
13. Подготовка пресс-конференции и презентации как ключевых мероприятий PR.
14. Средства массовой коммуникации как инструмент воздействия на общественное мнение.
15. Имидж личности: формирование и восприятие.
16. Формирование имиджа высших учебных заведений (на примере любого учебного заведения).
17. Особенности возникновения и развития PR как сферы деятельности и бизнеса в России.
18. PR как функция менеджмента во время предвыборной кампании.
19. Приоритетная модель стратегических коммуникаций в PR.

20. Психологические аспекты формирования имиджа лидера средствами рекламы.
21. Реклама в системе работы PR (на примере конкретной организации).
22. Современная практика проведения пресс-конференций
23. Современные критерии оценки результатов PR-деятельности.
24. Этические аспекты профессиональной деятельности в PR.
25. Связи с общественностью в формировании корпоративной культуры организации: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития.
26. Управление внутренними коммуникациями организации: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере конкретной организации).
27. Управление организационной культурой с использованием PR-технологий (на примере конкретной организации).
28. PR-технологии в формировании имиджа (на конкретном примере).
29. Коммуникации в организации: состояние, проблемы, перспективы.
30. PR в системе менеджмента организации: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития.
31. Значение PR в управлении организацией.
32. Технологии PR и практика их внедрения.
33. История развития и становления PR в России

## Примерные вопросы к экзамену (дифференцированному зачету)

1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.  
Ошибочное понимание связей с общественностью.
2. Социально-политические функции PR.
3. Основные виды PR-деятельности и сферы применения.
4. Коммуникационный менеджмент.
5. Основные теории коммуникации, их краткая характеристика.
6. Имиджевые и рабочие PR-документы.
7. Понятие целевая аудитория, ключевая аудитория.
8. Имидж и репутация организации как стратегические элементы коммуникационного менеджмента.
9. Особенности развития и становления PR в США.
10. Концептуальные основы имиджа, категории имиджа.
11. История становления и развития PR в Великобритании.
12. Структура корпоративного имиджа.
13. Основные этапы становления и развития PR в России.
14. Спичрайтинг. Этапы составления PR-текста.
15. Способы оценки эффективности воздействия PR-текста.
16. Техника публичного выступления.
17. Приемы эффективного публичного выступления.
18. Общие правила работы PR-специалиста со СМИ.
19. Система продвижения имиджа.
20. Должностная ориентация специалиста по связям с общественностью.
21. Характеристика общественного мнения. Функции. Структура.
22. Этапы формирования общественного мнения.
23. Исследования общественного мнения, применяемые в PR.
24. Анкетирование как метод изучения общественного мнения.  
Основные принципы построения анкеты. Конструкция вопроса.

25. Организационные структуры PR в органах государственной власти.  
Пресс-служба и пресс-центр.
26. Законодательная основа PR-деятельности. Федеральный закон «О рекламе» как средство регулирования PR.
27. Науки коммуникативного цикла, значимые для PR.
28. Лоббирование как деятельность специалиста по связям с общественностью.
29. Понятие спонсоринга, фандрайзинга.
30. Специфика PR в политике.
31. Профессиональные требования к PR-специалисту.
32. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг, PR и паблисити.
33. Система PR-действий в ходе кризиса.
34. Антикризисная программа, её структура. Теория управления проблемами Чейза.
35. Управление коммуникациями.
36. Коммуникативная культура личности.
37. Деловое общение. Управление деловым общением.
38. Антикризисный PR. Принципы и методы организации антикризисного PR.
39. Процесс PR-трансформации.
40. Модели коммуникаций. Чем определяется результативность коммуникации.

## **Заключение**

Контроль степени освоения дисциплины носит комплексный характер и осуществляется в различных формах: тестирование, практическое занятие или его элементы, подготовка и защита курсовой работы, написание эссе, подготовка творческого проекта, выступление на семинарах и конференциях и т.д. Контролю при этом подлежат не только теоретические знания по дисциплине и степень сформированности необходимых навыков, но и способность к анализу и синтезу полученных знаний, качество презентации материала.