

Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА PR**  
**учебно-методические материалы для направления подготовки**  
**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению  
редакционно-издательского совета  
филологического факультета  
Амурского государственного  
университета*

Составитель: Куроедова М.А.

Теория и практика PR: учебно-методические материалы для направления подготовки  
42.04.01 Реклама и связи с общественностью. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017.

© Амурский государственный университет, 2017  
© Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики, 2017  
© Куроедова М.А., составление

## КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ЛЕКЦИОННОГО МАТЕРИАЛА

### Сущность и содержание публичных отношений

Роль и место связей с общественностью в современном обществе. PR представляют собой специфическую часть управленческих коммуникаций. « PR – это система информационно-аналитических процедурно-технологических действий, предполагающих создание и распространение посланий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта» (Чумиков, Бочаров).

PR основываются на следующих *принципах*:

- открытость социальной информации
- взаимная выгода субъекта управления и общественности
- опора на общественное мнение, уважительное отношение к мнению простых людей.

В рамках PR можно выделить ряд самостоятельных *направлений*, каждое из которых имеет свои коммуникативные *технологические особенности*:

- создание благоприятного образа руководителей
- построение отношений с социальными группами
- работа с кадрами
- проведение презентационных мероприятий
- управление кризисными ситуациями и т.д.

Любое из этих направлений представляет собой определенную систему управления, связанную с теми или иными способами производства информационных поводов, привлечения внимания к определенным событиям, интерпретации кризисов.

*Приемы и ориентиры деятельности*:

- наличие у участвующих в этих акциях граждан определенной идейной лояльности к пропагандируемым целям
- минимизации нечестных приемов информирования
- ориентация на консенсусные технологии
- обязательная коммуникативная подготовка
- уточнение и корректировка действий
- исключение акций, травмирующих общественное мнение и т.п.

Генезис связей с общественностью. Античные времена; Средние века; эпоха Возрождения; Новое время; XX век: развитие западного и российского PR.

Сущность деятельности служб связей с общественностью.

Основные понятия публичных отношений. Правила установления и поддержания связей с общественностью. Публичные отношения как особая функция управления. Возникновение PR как сферы профессиональной деятельности и как учебной дисциплины. Основные профессиональные термины и понятия. Основополагающие принципы PR (демократичность, альтернативизм, гражданское согласие, технологичность). Классификация услуг, функции специалиста по PR, профессиональные требования к специалисту, стандарты, сертификация и лицензирование.

PR, реклама и пропаганда: общее и отличительное. Практика PR на Западе. Рынок и направления PR-деятельности в России. Формы и приемы PR (паблисити; имиджевая реклама, лоббирование; специализированные выставки, ярмарки; PR в Интернете; благотворительность и спонсорство).

### Общественность в сфере связей с общественностью

В PR под общественностью можно понимать объект, на который направлены все действия по осуществлению PR.

Понятие общественности. Ситуативный подход при определении общественности. Типология групп общественности (внутренняя и внешняя, главная, второстепенная и маргинальная, сторонники, оппоненты и безразличные). Определение целевых групп общественности. Приоритетные группы общественности.

В теории и практике PR широко используется ситуативный подход, при котором под понятием «общественность» понимают любую группу людей, при определенных обстоятельствах так или иначе сплотившихся вокруг конкретных общих интересов или переживаний (см. Доскова И.С. Теория и практика.). Факторы ситуативного характера:

- осознание проблемы
- осознание ограничений
- уровень включенности.

PR – это осуществление связи с общественностью.

Общественное мнение: состояние сознания большинства общественности, содержащее в себе отношение к событиям и фактам действительности, к деятельности пиарщиков.

Законы общественного мнения.

Обстоятельства общественного мнения:

- структура высказываемой общности
- характер обсуждаемой проблемы
- уровень совпадения интересов входящих в нее различных групп.

Определение целевых и приоритетных групп общественности. Любая фирма действует в окружении общественных групп:

- СМИ
- финансовые круги
- государственные организации
- местные общественные группы
- различного рода объединения
- широкая общественность
- внутренние общественные группы
- внешние общественные группы.

Борьба за внимание общественности. Каналы выхода на различные аудитории.

### **Управление процессом PR**

Процесс управления в publicrelation – это в более упрощенном понимании есть стратегия деятельности PR-специалиста, то есть разработка и реализация целенаправленных PR-программ. Существует несколько более-менее отличных подходов к моделированию программы деятельности PR-мена. Однако все они в том либо ином виде (они могут дробиться на более мелкие этапы) содержат ряд этапов, последовательность которых обусловлена логикой деятельности:

1. Определение проблемы включает зондирование и отслеживание проблемы, уточнение точек зрения, установок и поведения тех групп общественности, на которые влияет политика организации и от действий которых зависит ее деятельность. Действия должны отвечать на вопрос – «Что происходит в данный момент?».

2. Планирование и программирование. Собранный на первом этапе информация используется для принятия решений относительно программ работы с общественностью, определения задач и содержания практических шагов, стратегии и тактики коммуникации. Действия должны отвечать на вопрос – «Что нам необходимо изменить, сделать или сказать, исходя из уже известного о ситуации?».

3. Действие и коммуникация – реализация программы действий и коммуникации, направленной на то, чтобы добиться конкретных изменений в каждой из групп общественности для приближения к общей программной цели. Действия должны отвечать на вопрос – «Кто должен это сделать, сказать, когда, где и как именно?».

4. Оценка программы включает оценку подготовки, хода реализации и достигнутых результатов программы. Действия должны отвечать на вопрос – «Как идут дела или как мы поработали?».

### **Значение PR для социально- экономического развития**

Сегодня в России целенаправленно занимается пиаром несколько десятков специальных агентств, отделы СО российских представительств зарубежных фондов и организаций, крупных

банков и компаний. Управления или департаменты по связям с общественностью есть в большинстве государственных структур – от администрации президента РФ до городских и районных администраций.

На эволюцию и становление PR-практик и собственно науки о связях с общественностью также оказали воздействие положения рационалистической философии (государство – плод творчества людей, также как институты религии и права; создается возможность «творить», перестраивать социум). В связях с общественностью эти идеи преобразовались в возможность сознательной трансформации среды, общества; процесс взаимодействия с общественностью превращается в своего рода «переговоры», в ходе чего отрабатываются оптимальные организационные структуры и действия.

Паблик рилейшенз – это социальный институт, который организует и регулирует взаимоотношения и социальные связи внутри системы, элементом которой он является, и с её социальным окружением.

Цель пиар - деятельности

Главной целью любой PR-деятельности является *достижение взаимопонимания между социальными структурами* (коммерческие, и некоммерческие организации, частные и государственные компании), и их социальным окружением. PR призван помогать плюралистическому обществу принимать решения, способствующие достижения взаимопонимания между различными социальными институтами и группами, и гармоничному сочетанию частных и общественных интересов

Лоббирование

Лоббирование, еще более специализированная – и подвергаемая острой критике – часть общественной деятельности, пытается оказывать влияние на законодательные и нормотворческие решения в правительстве. Лоббирование представляет собой особую часть паблик рилейшенз, задачей которого является формирование и поддержание отношений с правительством – в основном, с целью воздействия на законодательную и нормативную деятельность.

Экономические причины возникновения PR

Экономической причиной возникновения связей с общественностью является стремление коммерческих организаций создавать и укреплять свой имидж и деловую репутацию среди участников рынка. В число таковых входят: потребители, акционеры, поставщики, партнеры, органы власти, а также СМИ. Мировая история показывает, что укрепление доверия, деловой и политической репутации приводит к повышению прибылей организаций, наращиванию благосостояния отдельных личностей и целых государств.

### **Пиар – текст и типология его жанров**

Оперативно-новостные жанры

Пресс-релиз (press-release): любая текстовая новостная информация, предназначенная для СМИ, исходящая от какой-либо организации – базисного субъекта PR.

Приглашение: играет важную роль в создании оптимальной коммуникационной среды компании, фирмы, организации. Используется для установления контактов со СМИ.

Исследовательско-новостные жанры

Бэкграундер (backgrounder): жанр PR-текста, предоставляющего расширенную информацию текущего характера о субъекте PR с целью поддержания публичного капитала данного базисного субъекта PR.

Лист вопросов-ответов (questions and answer form): жанровая форма PR- текста, позволяющая в форме ответов на возможные и наиболее часто задаваемые вопросы поддерживать публичный капитал организации или фирмы.

Фактологические жанры

Факт-лист (factsheet): жанр PR-текста в виде краткого документа, где отражается профиль организации, представляет собой факты-подробности новостного события, дополнительные данные о фирме, организации.

Биография: жанр PR-текста, предоставляющего опорную фактическую информацию о должностном лице организации, фирмы, социально значимой персоне.

Образно-новостные жанры

Байлайнер (by-liner): именная или авторская статья, написанная PR-специалистом и мнимо подписанная должностным лицом фирмы.

Поздравление – напоминает событийный байлайнер.

Письмо – жанровая разновидность PR-текста, представлено в виде обращения, посвященное новостному событию в жизни организации или комментарию вопроса, проблемы; направляемое от первого (должностного) лица организации в адрес узкой целевой группе внутренней общественности.

Комбинированные PR тексты и их жанры

Пресс-кит – набор представляющих интерес для прессы, разножанровых простых первичных текстов, а также материалов объединенных одним новостным поводом и дающих максимально полную информацию о конкретном новостном событии: PR тексты, рекламные, журналистские тексты, фотографии, схемы и графики, рисунки.

Буклет – печатное издание, рекламный материал, чаще всего является многоцветной продукцией, дающей представление о компании, ее специализации, позициях на рынке, перечне производимых услуг, руководстве и коллективе компании

Проспект – сброшюрованное многостраничное печатное издание, отличающееся обилием цветных фотографий и схем, таблиц, носящее престижный характер и часто выпускаемое к датам и юбилеям в жизни базисного субъекта PR и др.

Медиатексты

Это PR-тексты, исходящие по инициативе базисного субъекта PR, подготовленные его сотрудниками и распространяемые исключительно через печатные органы СМИ. Отличие от журналистских текстов состоит в факте их инициированности базисным субъектом PR, а также фактом публичности – имеет объект описания (личность или организация).

Смежные PR тексты

Это типы текстов, имеющие слабо выраженные признаки PR-текстов, из-за неполноты функции или слабо выраженной публичности и т.п.

### **Пресс-служба в структуре связей с общественностью**

Паблик рилейшнз: дефиниции и функции. Назначение пресс-службы. Пресс-секретарь. Право и этика в работе пресс-службы.

Пиар: исследования и планирование. Назначение пресс-службы. Структура пресс-службы. Функции и специфика деятельности пресс-секретаря. Внешние и внутренние функции ПР. Разработка корпоративных стандартов организации: миссия, легенда, философия, имидж. Координация работы пресс – службы с деятельностью других подразделений и всей компании. Роль пресс – службы в продвижении компании.

В зависимости от объема работы обязанности службы по связям с общественностью могут выполнять:

- пресс-секретарь
- пресс-бюро
- отдел по работе с прессой
- пресс-служба
- пресс-центр
- внештатные работники или внешняя консультативная фирма.

Пресс-службы при любой организации решают две задачи:

- обеспечивают полноту и оперативность информации о деятельности представляемой ими организации

- создают оптимальные условия для работы аккредитованных журналистов.

Работники пресс-центра, отвечающие за связь с прессой, должны пользоваться авторитетом у журналистов и обязаны:

- предоставлять материалы для печати, на основе которых в редакциях пишутся заметки, статьи, очерки
- отвечать на запросы и предоставлять комплексные информационные услуги
- следить за сообщениями печати, радио, телевидения, оценивать их, при необходимости принимать меры по исправлению ошибок в заявлениях или выступать с опровержениями.

Главной фигурой пресс-центра является пресс-секретарь.

Он осуществляет три функции:

- информационную
- общественно-политическую, когда комментирует события или выступления руководителей своей организации
- управленческую, реализуя обратную связь общения руководителя и общественности.

Должностные инструкции пресс-секретаря.

Право и этика в работе пресс-службы.

### **Пресс-службы в государственных и общественных структурах**

Пресс-служба федеральных органов власти. Пресс-служба региональных и местных органов власти. Пресс-служба политической партии.

### **Пресс-службы в коммерческих структурах**

Пресс-служба в корпорации. Пресс-служба в коммерческом банке. Пресс-служба как инструмент внешних и внутренних банковских коммуникаций. Задачи пресс-службы во внешней среде

### **Пресс-службы в некоммерческих организациях**

Фандрайзинг. Сбор пожертвований (адресные обращения). Этапы фандрайзинга: отбор потенциальных дарителей; телефонный звонок; письмо – обращение; встреча с потенциальным дарителем. Процесс переговоров: презентация проекта; преодоление возражений; стимулирование дарителя. Методы обращения с просьбой о финансировании. Презентация проектов. Спонсорство, патронат, благотворительность

## **ВОПРОСЫ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

### **ТЕМА: Сущность и содержание публич рилейшнз**

#### **Вопросы:**

1. Перечислите сложившиеся определения понятия «связи с общественностью». Раскройте содержание каждого из них.
2. Как соотносятся понятия «связи с общественностью» и «коммуникация»?
3. Каковы тенденции ПР в начале 21 в.?
4. Назовите базовые составляющие понятия «связи с общественностью».
5. Найдите в литературе не перечисленные в лекции определения понятия «связи с общественностью». Укажите их достоинства и недостатки.

### **ТЕМА: Общественность в сфере связей с общественностью**

#### **Вопросы:**

1. Назовите несколько подходов определения групп общественности.
2. Какова внутриорганизационная типология групп общественности?
3. Существует ли общая формула определения приоритетности групп общественности?
4. Кто такие лидеры мнений, какова их роль в PR?
5. Назовите основные виды изучения общественного мнения.

### **ТЕМА: Управление процессом ПР**

#### **Вопросы:**

1. Дайте определение: процесс управления ПР.
2. Перечислите этапы моделирования программы ПР-деятельности.
3. Назовите критерии ПР-программы.
4. Перечислите принципы эффективной ПР-коммуникации.
5. Назовите средства аудиовизуальной коммуникации.

### **ТЕМА: Значение ПР для социально- экономического развития**

#### **Вопросы:**

1. Что является главной целью ПР-деятельности при достижении взаимопонимания между социальными структурами?
2. Когда появляется научный и практический интерес к ПР?
3. В чем заключается эффект «установления повестки дня»?
4. Почему лоббирование представляет собой особую часть связей с общественностью?
5. Раскройте экономические причины возникновения ПР.
6. Почему одним из главных условий демократического общества является наличие свободных СМИ?

### **ТЕМА: Основные мероприятия по связям с общественностью. ПР-кампании**

#### **Вопросы:**

1. Раскройте особенности подготовки пиар-мероприятия «День открытых дверей».
2. Перечислите контролируруемую информацию пиар-мероприятий.
3. Назовите виды информации пиар-мероприятий.
4. Раскройте особенности корпоративной пропаганды.
5. Каковы особенности подготовки внутрифирменной публикации? Назовите отличие внешней от внутренней публикации.

### **ТЕМА: Планирование и разработка пиар-кампании**

#### **Вопросы:**

1. Определите структуру PR-деятельности.
2. Перечислите этапы разработки PR-кампании.



3. Перечислите особенности разработки продвигаемого имиджа, образа, идеи.
4. В чем специфика анализа представлений, отношений и поведения целевых групп PR-кампании?
5. Назовите особенности разработки сообщений.
6. Определите инструменты и каналы продвижения сообщений.
7. В чем специфика анализа ресурсов PR-кампании?
8. Перечислите составляющие рабочего плана PR-кампании

### **ТЕМА: Рекламы и выставки как главное мероприятие PR**

#### **Вопросы:**

1. Дайте определение терминам «ярмарка», «выставка».
2. В чем заключалась выставочная деятельность в советский период?
3. Цели участия компаний в выставках в современное время.
4. Перечислите основные задачи, которые преследует организация, участвуя в выставке.
5. Назовите факторы, которые влияют на развитие выставочной деятельности.
6. Что является важнейшим источником информации для посетителей ярмарки?
7. Назовите выставки и ярмарки по широте охвата.
8. Назовите выставки и ярмарки по тематике.
9. Назовите выставки и ярмарки по времени действия.
10. Перечислите этапы процесса подготовки и участия в выставке или ярмарке.

### **ТЕМА: Пиар-текст и типология его жанров**

#### **Вопросы:**

1. Проблемы типологии и жанрообразования PR-текстов.
2. Использование СМИ в программах PR.
3. Классификация способов использования СМИ в PR: по форме передачи сообщения; по типу СМИ; по функции взаимодействия со СМИ; по форме информации в СМИ; по содержанию сообщений.
4. Информационный мониторинг СМИ.
5. Контролируемая информация: ежегодные отчеты; фотоматериалы; пресс-релизы; медиакиты; именные статьи; фитче; обзорные статьи; интервью; репортаж; кейс-истории; web-сайт.
6. Виды информации: корпоративная пропаганда; внутрифирменные публикации; политическая реклама; реклама благотворительных акций; частная реклама.

Использование СМИ в программах PR.

#### **Жанровая характеристика корпуса пиар-текстов.**

1. Жанровая характеристика корпуса PR-текстов.
2. Характеристика жанров первичных пиар-текстов.
3. Оперативно-новостные жанры. Исследовательские жанры. Образно-новостные жанры.
4. Жанровое своеобразие комбинированных медиатекстов, смежных пиар-текстов.

**Задание:** Напишите пресс-релиз на любую тему, соблюдая все требования Таблицы 1.

#### **Таблица 1.**

№	Фактор	Соблюдение в пресс-релизе	
1	Читаемость шрифта		
2	Кегль (размер) шрифта		
3	Размер не более одного листа А4		
4	Размещение на фирменном бланке		
5	Заголовок		
6	Лид-абзац		
7	Объем сообщения		
8	Актуальный информационный повод		
9	Исключительность и новизна информации		

№	Фактор	Соблюдение в пресс-релизе	
10	Оперативность подачи материала		
11	Фактологическая наполненность		
12	Рекламность		
13	Простота предложений		
14	Ритм текста		
15	Наличие аббревиатур, сокращений, узкоспециализированной лексики		
16	Строгость стиля		
17	Соблюдение принципа «перевернутой пирамиды»		
18	Ориентация на настоящее или будущее время		
19	Источник информации		
20	Наличие контактной информации		
21	Наличие цитат, упоминание важных персон		
22	Указание даты события		

### **ТЕМА: Пресс-служба в структуре связей с общественностью**

#### **Вопросы:**

1. Какова роль ПР в современном обществе?
2. Перечислите определения связей с общественностью.
3. Каковы основные цели ПР-деятельности?
4. Какова роль и методы исследования и планирования в ПР-деятельности?
5. Каковы функции и структура пресс-службы?
6. В чем состоят обязанности пресс-секретаря?
7. Перечислите основные требования этики в ПР-службах.
8. Каковы задачи пресс-службы Президента РФ?
9. Каковы задачи пресс-службы Правительства РФ?
10. Перечислите функции пресс-центра администрации города.
11. Перечислите основные принципы Концепции информационной деятельности администрации вашего города.
12. Расскажите об участии политической партии на выборах и роли ее пресс-службы.
13. Раскройте суть приемов информационного обеспечения избирательной кампании: стратегий «рывка», «быстрого финала», «крейсерской», «большого события».

### **ТЕМА: Пресс-службы в коммерческих структурах**

#### **Вопросы:**

1. От чего зависит успех коммуникационной политики коммерческих предприятий?
2. Каковы функции пресс-службы коммерческих структур?
3. Расскажите о роли пресс-служб в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
4. Раскройте суть стратегии ПР новой фирмы.
5. Каковы задачи пресс-службы коммерческого банка?
6. Покажите роль пресс-службы во внешних и внутренних банковских коммуникациях.
7. Каков набор информационных материалов в деятельности пресс-служб коммерческих структур?

### **ТЕМА: Пресс-службы в некоммерческих организациях**

#### **Вопросы:**

1. Какие организации считаются некоммерческими?
2. Назовите основные источники доходов некоммерческих организаций.
3. В чем особенности работы пресс-службы НКО?
4. Что такое фандрайзинг?

5. Что такое спонсорство, патронат, благотворительность?
6. Перечислите объекты спонсорской деятельности.
7. Перечислите источники финансирования НКО.
8. Каков план действий по работе в области фандрайзинга?
9. Разработайте план работы пресс-службы НКО в конкретной деятельности НКО.

**ТЕМА: Организация работы отделов по связям с общественностью**

**Вопросы:**

1. Место в разработке отдела по связям с общественностью в разработке корпоративной стратегии.
2. Подготовка концепции работы отдела – ПР.
3. Правила построения с Топ-менеджментом и место ПР-отдела в структуре компании.
4. Мониторинг состояний информационной среды.
5. Организация пресс-мероприятий.
6. Управление кризисом.
7. Общественная и благотворительная деятельность.
8. Развитие отношений с органами федеральной и региональной власти.
9. Лоббирующая деятельность отдела по связям с общественностью

## МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

### ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

**1. PR-это использование информации для влияния на:** Выбор единственно правильного ответа

1. общественное мнение
2. государственные органы власти
3. средства массовой информации
4. покупателей

**2. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?** Выбор единственно правильного ответа

1. с начала XVIII века
2. с начала XIX века
3. с начала XX века
4. с начала XXI века

**3. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?** Выбор единственно правильного ответа

1. информация
2. законодательные акты
3. коммерческие организации
4. подручные средства.

**4. Кем впервые официально был использован термин «Паблик Рилейшнз»?** Выбор единственно правильного ответа

1. Деном Форрестолом
2. Томасом Джефферсоном
3. Джоржем Бушем младшим
4. Сэмом Блейком

**5. Что является главной целью PR?** Выбор единственно правильного ответа

1. изменение общественного мнения
2. повышение уровня продаж
3. доведение информации до потребителей
4. повышение рейтинга компании

**6. Что является объектом PR?** Выбор единственно правильного ответа

1. средства массовой информации
2. общество
3. информация
4. коммерческие организации

**7. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?** Выбор единственно правильного ответа

1. религиозные организации
2. общество
3. органы государственной власти
4. бизнес организации

**8. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:** Выбор единственно правильного ответа.

1. формирование имиджа
2. изучение общественного мнения
3. анализ экономической деятельности предприятия
4. исследование отношений в организации

**9. Какая модель информационной политики не существует:**

1. тоталитарная
2. релятивистская

3. дисциплинарная

4. диалоговая

**10. Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики?** Выбор единственно правильного ответа

1. формирование общенациональных ценностей

2. модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры

3. удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения

4. создание новых рабочих мест

**11. Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции?** Выбор единственно правильного ответа

1. определение проблемы

2. планирование программы

3. оценка программы

4. интерпретация общественного мнения

5. осуществление коммуникаций

### ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Истоки и история развития связей с общественностью.

2. Роль и место PR в современном обществе.

3. Понятие общественности и ее роль в сфере PR.

4. Планирование и разработка PR-кампаний.

5. Проведение организационно-представительских мероприятий.

6. Виды рабочих мероприятий.

7. Значение PR для социально-экономического развития.

8. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий. Долгосрочные социальные программы. Социальный PR в сфере культуры.

9. Презентации и приемы: цели, этапы.

10. Конференции: основные виды, этапы проведения.

11. Организация Дней открытых дверей, «Круглых столов».

12. PR-кампании: цели, этапы подготовки и проведения

13. Выставки. Цели экспозиционной деятельности фирмы. Цели посетителей выставки. Принятие решения об экспозиционировании.

14. Методы и операции сбора PR-данных. Проведение организационно-представительского мероприятия «пресс-тур».

15. Пиар-текст и типология его жанров.

16. Классификация способов использования СМИ в пиар-текстах.

17. Оперативно-новостные жанры пиар-текстов.

18. Исследовательские жанры пиар-текстов.

19. Образно-новостные жанры пиар-текстов.

20. Жанровое своеобразие комбинированных медиатекстов.

21. Стратегия и тактика использования СМИ в PR; медиапланирование; функции и задачи специалиста в работе специалиста PR и пресс-секретаря.

22. Пресс-службы в структуре публичных релейшнз: дефиниции и функции.

23. Приемы связи пресс-службы со средствами массовой информации.

24. Пресс-служба в государственных и общественных структурах.

25. Функции PR в органах государственного управления, которые реализуются в работе пресс-центра или пресс-службы.

26. Пресс-службы федеральных органов власти. Функции пресс-службы Правительства Российской Федерации.

27. Пресс-службы региональных и местных органов власти. Концепция информационной деятельности администрации города, ее основные принципы.

28. Пресс-служба политической партии и выборы. Приемы информационного обеспечения избирательной кампании: стратегии «рывка», «быстрого финала», «большого события».
29. Пресс-службы в коммерческих структурах. Черты коммуникативной системы.
30. Пресс-служба в корпорации. Стратегические задачи; тактические задачи; оперативные задачи.
31. Пресс-служба в некоммерческих организациях. Основные источники дохода некоммерческих организаций. Основные цели деятельности службы по связям с общественностью.
32. Фандрайзинг. План действий по работе в области фандрайзинга. Задачи ПР-подразделения в структуре предприятия.
33. Организация ПР-отдела. Профессиональные обязанности и качества ПР-специалиста.
34. Доктрина (теория) «человеческие отношения».
35. Планирование и программирование работы ПР-отдела.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Методические рекомендации по изучению лекционного материала**

Основной формой теоретического обучения в вузе является лекция, которая представляет собой логически стройное, систематически последовательное и ясное изложение того или иного научного материала.

Виды лекций, используемые в ходе изучения курса: проблемная лекция, лекция-визуализация с разбором конкретных ситуаций, лекция-беседа.

Для успешного усвоения дисциплины студентами необходимо посещение и конспектирование лекций. Лекционный материал обладает большой информационной емкостью, поскольку для ее создания преподаватель обрабатывает большое количество источников. Он сводит воедино материал, «рассыпанный» по учебникам, монографиям, научным статьям, подбирает примеры из практики, иллюстрирующие то или иное положение. Поэтому лекционный материал является базовым при изучении того или иного курса. Из этого вытекает необходимость внимательного конспектирования лекций. Следует знать, что главные положения лекции преподаватель обычно выделяет интонацией или повторяет несколько раз. Эффективность конспектирования зависит от владения правильной методикой записи лекции. Существуют некоторые наиболее употребляемые и целесообразные приемы записи лекционного материала. Запись лекции чаще всего ведется в виде тезисов – коротких, простых предложений, фиксирующих только основное содержание материала. Кроме тезисов важно записывать примеры, доказательства, даты и цифры, имена. При составлении конспектов необходимо использовать основные навыки стенографии. Так в процессе совершенствования навыков конспектирования лекций важно выработать индивидуальную систему записи материала, научиться рационально сокращать слова и отдельные словосочетания. Правильно составленный конспект послужит также способом систематизации и хранения информации, позволит усвоить материал, успешно подготовиться к практическим занятиям, зачетам и экзаменам.

Получив базовые знания в ходе записи лекционного материала, студент должен обратиться к учебно-методической литературе для расширения представления об изучаемой теме.

#### Ликвидация академической задолженности

При возникновении у студентов академической задолженности требуется восстановить лекционный материал. С этой целью студенту может быть предложено составление опорного конспекта по материалам учебников и учебных пособий.

Критерии оценивания опорного конспекта:

- умение выделить главное;
- глубина раскрытия темы;
- изучение всех указанных преподавателем источников;
- умение подкрепить теоретический материал конкретными примерами.

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

Практическое занятие – форма организации педагогического процесса, направленная на углубление теоретических знаний и получение навыков практической деятельности.

Перечень тем практических занятий определяется рабочей программой дисциплины и фондом оценочных средств.

Подготовка к практическим занятиям способствует формированию навыков самостоятельной работы, готовит студентов к практической деятельности.

В ходе практических занятий могут использоваться различные формы обучения, в том числе подготовка реферата с презентацией, собеседование, тестирование и др.

Основными формами контроля знаний на практических занятиях являются: краткий опрос по теоретическим аспектам темы, выполнение предложенных заданий.

Для подготовки к практическим занятиям студентам предлагается перечень теоретических вопросов. После ознакомления с планом студент должен изучить соответствующие разделы учебной литературы, предложенные для освоения. Для лучшего запоминания и систематизации знаний рекомендуется составить опорный конспект ответа либо законспектировать соответствующие главы учебников и учебно-методических пособий. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, моторную память, а также способствует формированию навыка аналитической работы с материалом.

В ходе практического занятия студент может опираться на свои конспекты, но при этом должен продемонстрировать свободное владение материалом, его понимание. Он должен быть готов к ответу на поставленные вопросы, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Практические задания должны быть выполнены, выводы обоснованы.

#### Критерии оценки

Оценка «отлично» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагающему, в ответе которого тесно увязывается теория с практикой. При этом студент не затрудняется в ответе при видоизменении задания, свободно справляется с вопросами. Также учитывается активность студента при опросе.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, который не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности в формулировках принципов и понятий, нарушения в последовательности изложения программного материала и испытывает затруднения в приведении примеров.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, отвечает неуверенно, с большими затруднениями, не подкрепляет теорию практическими примерами.

#### Ликвидация академической задолженности

При возникновении академической задолженности студенту следует составить развернутый конспект по вопросам практического занятия, письменно выполнить задания, а в устной беседе с преподавателем продемонстрировать знание теоретических аспектов и практические навыки.

Критерии оценивания при отработке пропуска практического занятия:

- качественно выполненный развернутый конспект с использованием всех указанных преподавателем источников;
- правильно выполненное практическое задание;
- свободное владение материалом при опросе, знание терминологии;
- умение подкрепить теоретический материал конкретными примерами.

#### **Методические рекомендации**

##### **по подготовке к самостоятельной работе студентов**

Самостоятельная работа – индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем.

Цель проведения самостоятельной работы со студентами – освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление и расширение теоретических знаний; систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков студентов; формирование умений по поиску и использованию справочной и специальной литературы, а также других источников информации; развитие познавательных способностей и активности студентов, творческой инициативы, ответственности и организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации; раз-



витие научно-исследовательских навыков; формирование умения применять полученные знания на практике (профессиональной деятельности).

Изучение курса предполагает такие формы самостоятельной работы, как:

- конспекты на заданную тему;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку реферата и практических заданий;
- подготовку к тестированию;
- подготовку к зачету.

Общим при подготовке к данным формам самостоятельной работы является изучение учебников и учебно-методической литературы.

Основной вид работы с книгой – чтение. При изучении нового надо стараться точно определить объем текста, с которым следует ознакомиться, постараться максимально полно и точно понять содержащуюся информацию. Текст читается целиком, темп – медленный, отдельные места перечитываются. В процессе чтения необходимо периодически останавливаться, вдумываться в прочитанное. Чтение должно сопровождаться словарной работой: непонятные и незнакомые слова, а также неизвестные термины должны уточняться по словарям и записываться в тетрадь. Если непонятен какой-либо фрагмент, следует перечитать его еще раз и уяснить, что именно вам непонятно: слово, выражение, мысль. Важно получить ответы на все возникшие вопросы: либо найти ответ в словарях, либо в других книгах, либо обратиться к специалистам.

По окончании изучающего чтения каждого параграфа необходимо записать в тетрадь определения понятий, основные положения, примеры. Чтение с записью прочитанного – условие серьезного и осознанного обучения.

Рекомендуются следующие формы работы с литературой:

- выделение наиболее важных понятий и повторное чтение их определений;
- запись в тетрадь точных формулировок основных понятий;
- составление конспекта.

Одним из эффективных путей совершенствования самостоятельной работы является использование студентом интернет-ресурсов, основными достоинствами которых являются: возможность реализации принципа индивидуальной работы; наличие быстрой обратной связи; большие возможности наглядного предъявления материала; вариативный характер и проблемность ситуаций; активность обучающихся; креативность.

Использование интернет-ресурсов в учебно-познавательной деятельности обучающихся в процессе самостоятельной работы продиктовано ориентированностью на развитие интеллектуальных умений (владение приемами мыследеятельности, сформированность различных видов мышления: системность, проблемность, критичность, рефлексивность, гибкость, диалогичность и др.) и исследовательских умений (анализировать, сравнивать, выдвигать гипотезу, осуществлять индукцию, дедукцию) студентов.

При самостоятельной работе студент может обратиться к Интернету для поиска необходимой литературы, практических примеров. Желательно вести поиск в разделах: электронные библиотеки, учебная литература, научная литература, рефераты, интернет-СМИ и др. Необходимо иметь в виду, что, работая с интернет-источниками, студент должен осваивать изучаемый раздел так же, как при использовании обычной учебной литературы.

### **Методические рекомендации по подготовке к тестированию**

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие выбор ответа из нескольких предложенных эталонов ответа. Они основаны на изученном на предшествующих занятиях материале. Подготовка к тестированию способствует более глубокому изучению программного материала, закреплению знаний, развитию умения самостоятельно анализировать теоретические и практические аспекты дисциплины.

Для подготовки к тестированию необходимо изучить литературу по выбранной теме, повторить лекционный материал, перечитать опорный конспект, созданный в рамках подготовки к практическому занятию, выучить термины.

Тестирование проводится на последнем практическом занятии. Преподаватель оговаривает время, отведенное для работы, после чего выдает студентам распечатанные тестовые материалы. Студент указывает в верхнем правом углу фамилию, номер группы. Затем выбирает правильный вариант ответа на каждый вопрос, обводит его. Исправления в тексте допускаются, но они нежелательны, поскольку демонстрируют неуверенность студента в собственных знаниях материала. Поэтому в случае сомнения, необходимо пропустить вопрос, а затем, после завершения работы, вернуться к нему. Необходимо также заложить время на проверку, чтобы избежать механических ошибок.

### **Критерии оценки тестовых заданий**

Тестовые задания выполняются индивидуально без использования вспомогательных учебных материалов, в письменном виде. При выполнении тестов достаточно указать вариант правильного ответа (один) без дополнительных комментариев.

#### **Шкалы оценки:**

Отлично/зачтено	Хорошо/зачтено	Удовлетворительно/зачтено	Неудовлетворительно/не зачтено
Все верно / 1 ошибка	2 ошибки	3 ошибки	4 ошибки и более

### **Методические рекомендации по подготовке и сдаче экзамена**

Экзамен – проверочное испытание по учебному предмету, итог освоения дисциплины, оценка результатов учебного процесса.

Цель экзамена – завершить курс изучения дисциплины, оценить уровень полученных студентом знаний.

Основные функции экзамена: обучающая, оценивающая и воспитательная.

Обучающее значение экзамена состоит в том, что студент в период экзаменационной сессии вновь обращается к пройденному учебному материалу, перечитывает конспект лекций, практик, учебник, иные источники информации. Он не только повторяет и закрепляет полученные знания, но и получает новые. Именно во время подготовки к экзамену «старые» знания обобщаются и переводятся на качественно новый уровень – на уровень системы как упорядоченной совокупности данных. Правильная подготовка к экзамену позволяет понять логику всего предмета в целом.

Оценивающая функция экзамена заключается в том, что они не только обучают, но и подводят итоги знаниям студентов (что выражается в конкретной оценке). В определенной степени преподаватель, выставляя экзамен студенту, оценивает (часто самокритично) и результаты своей деятельности.

Воспитательная функция проявляется в том, что подготовка и сдача экзамена стимулирует трудолюбие, принципиальность, ответственное отношение к делу, развивают чувство справедливости, уважения к науке, вузу и преподавателям.

При подготовке к экзамену студенту необходимо:

- Обратиться к изученному в семестре лекционному и практическому материалу, перечитать учебники и учебные пособия, рекомендованные преподавателем. Следует помнить, что для успешной сдачи экзамена необходимо разумное сочетание запоминания и понимания, простого воспроизводства учебной информации недостаточно.

- Составить план-конспект ответа (тезисы) по каждому вопросу с целью его оптимизации, формирования его структуры, вычленения главного, а также для лучшего запоминания материала.

- Заучить наизусть термины курса. Любая наука имеет свою систему понятий, которые не следует пытаться объяснить бытовым языком (своими словами), так как это приведет к искажению содержания рассматриваемых проблем.

- Продумать практические примеры, которыми можно проиллюстрировать то или иное теоретическое положение.

К экзамену необходимо начинать готовиться с первого практического занятия по данному курсу. Однако далеко не все студенты сразу хотят «включаться» в такую долгосрочную и трудоемкую работу. Чаще они выбирают «штурмовой метод», когда факты закрепляются в памяти в продолжение немногих часов или дней и лишь для того, чтобы побыстрее сдать экзамен. Однако представления, полученные таким способом, не могут дать истинных знаний. Знания, приобретенные с помощью подобного метода, как правило, менее прочные и надежные, бессистемные и формальные. Материал же, набираемый памятью постепенно, день за днем, освещенный критическим анализом, связанный ассоциациями с другими событиями и фактами и неоднократно подвергавшийся обсуждению, образует качественные знания.

В процессе проведения экзамена студенту задаются два вопроса из разных тематических блоков. Время на подготовку к экзамену – 40 минут. В этот период студент может составить план-конспект ответа, подобрать примеры, иллюстрирующие теоретические положения. Следует помнить, что ответ должен быть емким, но кратким, так как приблизительное время ответа – 10-15 минут. На зачете преподаватель может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы. Дополнительные вопросы, как правило, задаются в том случае, если у студента имеются пропуски лекционных и практических занятий, несданные творческие работы, неудовлетворительные оценки по контрольным и тестовым работам и др.

Отдельно следует отметить, что при выставлении экзамена, учитывается работа студента в семестре: посещение и работа на практических занятиях, участие в собеседованиях, результаты тестирования.

#### **Критерии оценивания:**

Оценка «отлично» выставляется студенту, если: изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно, усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечает на вопрос билета.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если: изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет; не допущено при этом существенных неточностей;

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если: обнаруживается знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой; допускаются неточности в ответе и при выполнении экзаменационных заданий, но устраняются под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если: он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; дает ответ, который не соответствует вопросу экзаменационного билета.



## СОДЕРЖАНИЕ

Краткое изложение лекционного материала	3
Вопросы к практическим занятиям	8
Материалы для оценки знаний, умений, навыков	12
Тестовые задания	12
Вопросы к экзамену	13
Методические рекомендации для студентов по изучению дисциплины	15