

**ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ**  
**Кафедра Кадровой политики и управления персоналом**

Рег. № уи.03-20  
«25» 05 2017 г.

**УТВЕРЖДЕН**  
на заседании кафедры  
Протокол от «25» 05 2017 г. № 20  
Заведующий кафедрой И.Э. Толстова  
И.О. Фамилия  
(подпись)

**ФОНД**  
**ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**Б1.Б.18 Связи с общественностью**

**38.03.03 Управление персоналом**

---

**основной вид деятельности: организационно-управленческая  
и экономическая**

**Новосибирск 2017 г.**

**Паспорт  
фонда оценочных средств  
по дисциплине Б1.Б.18 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление подготовки  
38.03.03 Управление персоналом

<b>№ темы</b>	<b>Контролируемые разделы (темы) дисциплины</b>	<b>Код контролируемой компетенции (или ее части)</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>
<b>1</b>	Связи с общественностью (public relations, PR) как современная теоретическая и практическая дисциплина: предмет, основные понятия, краткая история	ОК-6, ОПК-9	<b>Устное сообщение (доклад) на практическом занятии</b>
<b>2</b>	Общественность и общественное мнение в сфере управления связями с общественностью	ОК-6, ОПК-9	<b>Устное сообщение (доклад) на практическом занятии</b>
<b>3</b>	Коммуникация: понятие, базовые модели. Средства массовой информации (СМИ), их место и роль в системе связей с общественностью	ОК-6, ОПК-9	<b>Устное сообщение (доклад) на практическом занятии</b>
<b>4</b>	Основные формы и психологические особенности сотрудничества PR и СМИ.	ОК-6, ОПК-9	<b>Устное сообщение (доклад) на практическом занятии</b>
<b>5</b>	Имидж и имиджмейкинг в системе связей с общественностью	ОК-6, ОПК-9	<b>Устное сообщение (доклад) на практическом занятии. Ролевая игра</b>
<b>6</b>	Неформальные коммуникации в сфере связей с общественностью	ОК-6, ОПК-9	<b>Устное сообщение (доклад) на практическом занятии</b>
<b>7</b>	Управление связями с общественностью в условиях кризиса	ОК-6, ОПК-9	<b>Устное сообщение (доклад) на практическом занятии</b>
<b>8</b>	Этические стандарты PR-деятельности	ОК-6, ОПК-9	<b>Устное сообщение (доклад) на практическом занятии Эссе</b>

**ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ**  
**Кафедра кадровой политики и управления персоналом**

**Темы докладов студентов на практических занятиях**

по дисциплине  
**Б1.Б.18 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**Тема 1. Связи с общественностью (public relations, PR) как современная теоретическая и практическая дисциплина: предмет, основные понятия, краткая история**

1. Связи с общественностью (паблик рилейшенз; PR): место и роль в современной общественной жизни
2. Понятие связей с общественностью, основные подходы к изучению.
3. Функции связей с общественностью.

**Тема 2. Общественность и общественное мнение в сфере управления связями с общественностью**

1. Понятие общественности: основные подходы.
2. Функции, признаки общественности.
3. Группы общественности и их классификации. Целевые и ключевые группы общественности.
4. Общественное мнение: основные определения и сущностные признаки.
5. Лидеры общественного мнения
6. Методы исследования общественного мнения: краткая характеристика.

**Тема 3. Коммуникация: понятие, базовые модели. Средства массовой информации (СМИ), их место и роль в системе связей с общественностью**

1. Определение понятия коммуникации.
2. Внешние и внутренние коммуникации.
3. Массовая коммуникация: определение, основные признаки.
4. Базовые модели массовой коммуникации.
5. Понятие СМИ. Виды СМИ и их характеристика с позиции интересов PR.
6. Принцип свободы СМИ: прошлое и настоящее. Проблема цензуры.
7. Правовые основы деятельности СМИ согласно ФЗ «О средствах массовой информации».

#### **Тема 4. Основные формы и психологические особенности сотрудничества PR и СМИ**

1. Принципы отношений PR и СМИ.
2. Основные формы сотрудничества: пресс-конференция, брифинг, пресс-клуб, неформальный прием для прессы, посещение объекта.
3. Пресс-релиз. Пресс-службы и их функции.
4. Психологические особенности взаимодействия PR-специалистов и представителей СМИ.

#### **Тема 5. Имидж и имиджмейкинг в системе связей с общественностью**

1. Имидж: понятие и общая характеристика.
2. Базовые компоненты (элементы) имиджа: сходный материал, идеальная модель, искажающее влияние СМИ, влияние аудитории.
3. Имидж как символический конструкт. Функции имиджа.
4. Технологии формирования имиджа. Имидж и миф.
5. Типологии имиджа в политике, бизнесе, социальном общении.

#### **Тема 6. Неформальные коммуникации в сфере связей с общественностью**

1. Понятие неформальных коммуникаций
2. Слухи и их типология; функции слухов;
3. Механизмы использования слухов в сфере общественных связей;
4. Сплетни как разновидность неформальных коммуникаций; сходства и различия слухов и сплетен; функции сплетен;
5. Анекдоты и их возможности влиять на сферу связей с общественностью; анекдоты в политике.

#### **Тема 7. Управление связями с общественностью в условиях кризиса**

1. Понятие кризиса.
2. Типология кризисов.
3. Антикризисное управление и антикризисный PR: сходства и различия.
4. Особенности коммуникации и обмена информацией в условиях кризиса. Факторы успешности антикризисного PR.
5. Современные SPIN-технологии в антикризисном PR.
6. Преодоление кризиса в аграрно-промышленном комплексе России.

#### **Тема 8. Этические стандарты PR-деятельности**

1. Современная законодательная база PR-деятельности в России
2. Становление корпоративных этических стандартов в сфере PR: история и современность.

3. Принципы деятельности в сфере PR согласно Кодексам этического поведения и в контексте требований корпоративной социальной ответственности.
4. Сравнительная характеристика Этических кодексов – Венецианского (1961 г.), Лиссабонского (1978/ 1998 гг.), Римской хартии 1991 г., Хельсинской хартии 1997 г., кодекса 2001 г. Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО).

### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВЫСТУПЛЕНИЙ СТУДЕНТОВ С ДОКЛАДАМИ**

**Оценки «зачтено»** заслуживает доклад, полностью соответствующий заявленной теме, сделанный хорошим научным языком и выполненный в пределах регламента (10-15 минут). Допускаются незначительные отступления от регламента или содержательные ошибки, не носящие принципиального характера. Доклад должен сопровождаться показом правильно оформленных слайдов, отличающихся хорошей наглядностью и удобных для восприятия аудитории.

**Оценки «не зачтено»** заслуживает должным образом не подготовленный доклад, или доклад, не соответствующий заявленной теме; доклад, содержащий фактические ошибки, носящие принципиальный характер, при игнорировании регламента, не сопровождаемый показом слайдов или с показом некачественно выполненных слайдов, недоступных восприятию аудитории.

**ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ**  
**Кафедра кадровой политики и управления персоналом**

**Ролевая игра**  
по дисциплине **Б1.Б.18 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**Тема 5. Имидж и имиджмейкинг в системе связей с общественностью**

*Цель занятия:* изучение общих принципов, содержания и форм деятельности PR-специалистов в области создания имиджа

*Задачи:*

- Раскрыть понятие и сущность имиджмейкинга
- Изучить конкретные этапы, методы и приемы имиджмейкинга
- Освоить и закрепить навыки анализа учебной и научной литературы по изучаемой теме
- Уметь использовать полученную информацию в профессиональной деятельности

**Ролевая игра «Политическая избирательная кампания»**

Ход игры:

1. Формирование игровых команд, распределение ролей (10 мин.).
2. Роли:
  - Кандидаты на должность (президента, губернатора, мэра) от разных партий (3-4 чел.)
  - Избирательная комиссия (2-3 чел.)
  - Руководитель избирательной комиссии (1 чел.)
  - Штабы по проведению избирательных кампаний (по количеству кандидатов, в штабе по 2-4 чел)
  - Представители ведущих СМИ (2-3 чел.)
  - Избиратели, электорат (все остальные студенты-участники игры)
3. Разработка предвыборных программ каждым кандидатом (с учетом проблем города и региона). Разработка агитационных кампаний в СМИ и для встреч с избирателями (20-25 мин.)
4. Оглашение каждым кандидатами своей предвыборной программы на собрании избирателей (не более 5 минут).
5. Ответы на вопросы из зала ( 5 минут на кандидата).
6. Тайное голосование по списку кандидатов на выборную должность.
7. Работа счетной комиссии и объявление результатов
8. Подведение итогов игры. Оценка действий участников (10 минут).

## **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УЧАСТИЯ СТУДЕНТОВ В РОЛЕВОЙ ИГРЕ**

- **Оценка «зачтено»** - студент полностью или в целом владеет базовыми знаниями по теме, необходимыми для исполнения своей роли в игре, проявляет понимание ситуации, умеет выстраивать деловые отношения с партнерами по игре, в целом успешно исполняет свою роль. Ошибки теоретического или практического характера не разрушают коммуникацию.
- **Оценка «не зачтено»** - студент владеет частичными знаниями по теме, необходимыми для исполнения своей роли в игре, действия студента не соответствуют требованиям к участникам игры, ни по содержанию, ни по форме. Отказ от участия в игре.

**ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ**  
**Кафедра кадровой политики и управления персоналом**

**Темы эссе**

по дисциплине Б1.Б.18 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

1. Совместимы ли «чёрный пиар» и правда?
2. Зарубежные этические кодексы в сфере PR и Кодекс этических принципов РАСО: сравнительный анализ.
3. Журналистское мастерство специалиста PR: история и современность.
4. Традиции и инновации в связях с общественностью.
5. Можно ли манипулировать общественным мнением.
6. Публицитный капитал как ресурс.
7. Информационные войны в истории и в современном мире.
8. Использование СМИ в связях с общественностью.
9. Интернет-коммуникации в связях с общественностью.
10. Нужна ли цензура в современном обществе?
11. Современные технологии PR в избирательных кампаниях.
12. Ивент-менеджмент в связях с общественностью.
13. Реклама как инструмент PR или наоборот?
14. Пропаганда в современной России.
15. Имидж политика: пределы технологических возможностей.

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭССЕ**

**Оценки «зачтено»** заслуживает эссе, которое составлено по существу, грамотно, не содержит посторонней информации, стилистических и фактических ошибок или отдельные не принципиальные ошибки или погрешности, соответствует предложенному объему в 1,5-2 страницы рукописного текста, полностью или в целом отражает все заявленные вопросы.

**Оценки «не зачтено»** заслуживает эссе, которое не выполнено или выполнено с существенными ошибками: отражает не все заявленные вопросы; слишком коротко или, напротив, слишком длинно, за счет включения информации, не относящейся к сути заявленных вопросов; содержит серьезные фактические ошибки и/или стилистические погрешности.



**ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ**  
**Кафедра кадровой политики и управления персоналом**

**Комплект заданий в тестовой форме**

**по дисциплине**

**Б1.Б.18 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Задание: выбрать и отметить один правильный ответ из предложенных вариантов (если не указано иное)

**1. Связи с общественностью - это использование информации для влияния на:**

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

**2. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?**

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

**3. Что является целью связей с общественностью?**

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

**4. Какая функция из перечисленных ниже свойственна PR:**

1. получение сырья из внешнего окружения
2. экономический анализ предприятия
3. строительство нового жилья для военнослужащих
4. формирование имиджа

**5. Что из перечисленного ниже не является источником новостей для прессы:**

1. новостные агентства
2. специальные корреспонденты
3. телеграфные агентства
4. целевые группы

**6. При проведении PR-кампании какой вопрос решается службами PR в последнюю очередь?**

1. Планирование PR кампании.
2. Анализ целевой аудитории
3. Определение PR проблемы
4. Анализ эффективности результатов PR кампании

**7. Точный выбор тех общественных аудиторий, на которые будет направлена вся информационно-коммуникационная деятельность PR-кампании является ключевым фактором для:**

1. анализа результатов PR кампании
2. подбора конкретных целевых PR акций и целевых СМИ
3. прогнозирования развития СМИ
4. определения PR проблемы

**8. Что из перечисленного ниже не характерно для работы PR служб при проведении избирательных кампаний:**

1. сбор информации о регионе, где баллотируется кандидат
2. выявление адресной группы кандидата
3. формирование имиджа кандидата
4. встречи с избирателями

**9. Одной из задач государственных связей с общественностью является :**

1. Обеспечение населения регулярной информацией о планах, действиях и достижениях органов власти
2. Обеспечение населения регулярной информацией о криминальных событиях и происшествиях на дорогах
3. Обеспечение населения регулярной информацией о жизни соотечественников в дальнем зарубежье
4. Обеспечение населения регулярной информацией о жизни политиков и их членов семей

**10. Информационный повод пресс-конференции должен быть интересным и привлекательным прежде всего для:**

1. журналистов
2. сотрудников PR служб
3. слушателей, зрителей, читателей
4. редакций средств массовой информации

## **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ**

**Оценка «зачтено»** выставляется студенту, если он правильно выполнит не менее 6 заданий

**Оценка «не зачтено»** выставляется студенту, если он правильно выполнит менее 6 заданий

**ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ**  
**Кафедра кадровой политики и управления персоналом**

**Темы рефератов**

по дисциплине

**Б1.Б.18 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

1. Этические принципы профессиональной PR-деятельности.
2. Зарубежные этические кодексы в сфере PR и Кодекс этических принципов РАСО: сравнительный анализ.
3. Классические и современные теории массовых коммуникаций.
4. Коммуникации в политике и их роль в общественных процессах.
5. Структура, функции и задачи PR-службы органа государственного управления субъекта федерации (на примере Новосибирской области).
6. PR-тексты: функции, типологии, особенности подготовки.
7. Креативные и инновационные технологии в PR.
8. Общественное мнение как главный объект PR-деятельности.
9. Целевые группы общественности и лидеры общественного мнения как объекты воздействия в PR.
10. Паблисити: понятие, функции, технологии формирования.
11. Информационные войны в истории и в современном мире.
12. Использование СМИ в связях с общественностью.
13. Использование сети Интернет в современных связях с общественностью.
14. Международные и российские правовые стандарты деятельности СМИ.
15. Правовое регулирование деятельности СМИ в России.
16. Теория и практика организации работы современных PR-служб.
17. Цензура в России: история и современная ситуация.
18. Основы информационной безопасности организации.
19. Связи с общественностью в социальной сфере.
20. Современные технологии PR в избирательных кампаниях.
21. История становления PR в России.
22. Организация специальных событий как PR-технология.
23. PR-технологии: основные методы, механизмы, инструментарий.
24. Реклама как инструмент PR.
25. Финансовый PR: формы, методы, инструментарий.
26. Теория и практика политической пропаганды.
27. Кризисный PR: методы, технологии, инструментарий.
28. Лоббизм как коммуникативное и социально-политическое явление.
29. История лоббистской деятельности в зарубежных странах.
30. Правовые основы регулирования лоббизма: мировой и российский опыт.
31. Лоббизм в России: история и современность.
32. Имидж организации и её руководителя.

33. Конструирование имиджа политика.

34. Использование неформальных коммуникаций в связях с общественностью.

### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗАЩИТЫ РЕФЕРАТОВ**

**Оценка «зачтено»** выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Работа может быть зачтена и в том случае, когда основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

**Оценка «не зачтено»** – тема реферата не раскрыта, задания не выполнены, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

**ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ**  
**Кафедра кадровой политики и управления персоналом**

**Вопросы к зачету**

по дисциплине

**Б1.Б.18 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

1. Управление общественными отношениями (public relations, PR) как современная теоретическая и практическая дисциплина: актуальность курса, объект и предмет, основные понятия и определения.
2. История становления и развития PR в мире и в России
3. Общественность и группы общественности: понятие, основные типологии.
4. Общественное мнение, его признаки, место и роль в системе PR. Основные методы исследования общественного мнения
5. PR, пропаганда, реклама как коммуникативные технологии: сравнительная характеристика.
6. Менеджмент PR: технологические основы управления связями с общественностью.
7. Основные формы и психологические особенности сотрудничества PR и СМИ.
8. Коммуникация: общее понятие и характеристика основных моделей.
9. СМИ в системе PR. Виды современных СМИ.
10. Имидж: понятие и общая характеристика.
11. Современные технологии имиджмейкинга.
12. Манипуляции в системе PR
13. Пропаганда в современном мире и России.
14. Управление общественными связями в условиях кризиса.
15. Неформальные коммуникации в PR: слухи, сплетни, анекдоты.
16. PR как средство информационно-психологической войны
17. PR в системе государственного и муниципального управления
18. Внешнеполитический PR: формирование имиджа государства в восприятии мировой общественности (зарубежный и отечественный опыт)
19. Правовые основы и этические стандарты PR-деятельности
20. Лоббизм как политическая коммуникация. Место и роль лоббизма в системе PR.

## КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТОВ НА ЗАЧЕТЕ

Отметка «**зачтено**» предполагает:

- Хорошее знание основных терминов и понятий курса;
- Последовательное изложение материала курса;
- Умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов;
- Достаточно полные ответы на вопросы.

Отметка «**не зачтено**» предполагает:

- Неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса;
- Отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса;
- Неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов.

**ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ  
СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Направление подготовки 38.03.03 Управление персоналом

**Формируемые компетенции:**

1. Способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия **ОК-6**

Задание: выбрать и отметить один правильный ответ из предложенных вариантов (если не указано иное)

**1. Точный выбор тех общественных аудиторий, на которые будет направлена вся информационно-коммуникационная деятельность PR-кампании является ключевым фактором для:**

1. анализа результатов PR кампании
2. подбора конкретных целевых PR акций и целевых СМИ
3. прогнозирования развития СМИ
4. определения PR проблемы

**2. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?**

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

**3. Информационный повод пресс-конференции должен быть интересным и привлекательным прежде всего для:**

1. журналистов
2. сотрудников PR служб
3. слушателей, зрителей, читателей
4. редакций средств массовой информации

**4. Что является целью связей с общественностью?**

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

**5. Какая функция из перечисленных ниже свойственна PR:**

1. получение сырья из внешнего окружения
2. экономический анализ предприятия
3. строительство нового жилья для военнослужащих
4. формирование имиджа

**По ОК 6 получены результаты:** \_\_\_\_\_

2. Способностью осуществлять деловое общение (публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации) **ОПК-9**

**1. При проведении PR-кампании какой вопрос решается службами PR в последнюю очередь?**

1. Планирование PR кампании.
2. Анализ целевой аудитории
3. Определение PR проблемы
4. Анализ эффективности результатов PR кампании

**2. Что из перечисленного ниже НЕ характерно для работы PR служб при проведении избирательных кампаний:**

1. сбор информации о регионе, где баллотируется кандидат
2. выявление адресной группы кандидата
3. формирование имиджа кандидата
4. встречи с избирателями

**3. Одной из задач государственных связей с общественностью является:**

1. Обеспечение населения регулярной информацией о планах, действиях и достижениях органов власти
2. Обеспечение населения регулярной информацией о криминальных событиях и происшествиях на дорогах
3. Обеспечение населения регулярной информацией о жизни соотечественников в дальнем зарубежье
4. Обеспечение населения регулярной информацией о жизни политиков и их членов семей

**4. Связи с общественностью - это использование информации для влияния на:**

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

**5. Что из перечисленного ниже НЕ является источником новостей для СМИ:**

1. новостные агентства
2. специальные корреспонденты
3. телеграфные агентства
4. целевые группы

**По ОПК 9 получены результаты:** \_\_\_\_\_

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если процент правильных ответов составляет 80-100%;
- оценка «хорошо» - 70-79%
- оценка «удовлетворительно» - 50 и более %
- оценка «неудовлетворительно» менее 50%

**ИТОГО ПО ДИСЦИПЛИНЕ количество баллов** \_\_\_\_\_

Составитель: \_\_\_\_\_ Инициалы, фамилия



## МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ УРОВНЮ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций
<b>Оценка по пятибалльной системе</b>	
«Отлично»	«Высокий уровень»
«Хорошо»	«Повышенный уровень»
«Удовлетворительно»	«Пороговый уровень»
«Неудовлетворительно»	«Не достаточный»
<b>Оценка по системе «зачет – незачет»</b>	
«Зачтено»	«Достаточный»
«Не зачтено»	«Не достаточный»

### Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Положение «О балльно-рейтинговой системе аттестации студентов»: СМК ПНД 08-01-2015, введено приказом от 28.09.2011 №371-О, утверждено ректором 12.10.2015 г. (<http://nsau.edu.ru/file/403>: режим доступа свободный);

2. Положение «О проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся в ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ»: СМК ПНД 77-01-2015, введено в действие приказом от 03.08.2015 №268а-О (<http://nsau.edu.ru/file/104821>: режим доступа свободный);

Составитель \_\_\_\_\_ Ю.В.Печин  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.