

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«**НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова**»  
(НГУАДИ)

РПД одобрена  
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 60 от 27.01.2025

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор НГУАДИ

\_\_\_\_\_ Н.В. Багрова

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 202\_ г.

## Теория и практика связей с общественностью

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Гуманитарных и социально-экономических дисциплин**

Учебный план 42.03.01\_2023\_РиО\_3.plx  
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Профиль креативный продукт в сфере культуры и искусства

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **6 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 216  
в том числе:  
аудиторные занятия 110  
самостоятельная работа 70  
экзамены 36

Виды контроля в семестрах:  
экзамены 3  
зачеты с оценкой 4  
курсовые проекты 4

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп		
Неделя	15 5/6		16 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	30	30	32	32	62	62
Практические	16	16	32	32	48	48
Итого ауд.	46	46	64	64	110	110
Контактная работа	46	46	64	64	110	110
Сам. работа	26	26	44	44	70	70
Часы на контроль	36	36			36	36
Итого	108	108	108	108	216	216

Программу составил(и):

*кандидат искусствоведения, Доцент кафедры ГИСЭД, Горбачева Ю.С.*

Рецензент(ы):

*Доктор наук, Профессор кафедры ГИСЭД, Паришуква Г.Б.*

Рабочая программа дисциплины

**Теория и практика связей с общественностью**

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.01.2025 протокол № 60.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Гуманитарных и социально-экономических дисциплин**

Протокол от 24.01.2025 г. № 6

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой А.В.Дьячков

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.1	Цель освоения дисциплины - формирование у обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью компетенций в области связей с общественностью как инструмента формирования коммуникационного пространства
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Основы теории коммуникации
2.1.2	Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика
2.1.3	Введение в коммуникационные специальности
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Основы теории и методологии дизайна
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.3	Медиапланирование
2.2.4	Основы брендинга
2.2.5	Производственная практика. Преддипломная практика

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****ПК-1: Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии и кампании**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Базовые принципы разработки коммуникационных стратегий
Уровень 2	Особенности каждого этапа планирования коммуникационных кампаний
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Ставить адекватные цели коммуникационных кампаний, оценивать эффективность проведенных кампаний
Уровень 2	Применять различные инструменты оценки эффективности PR-кампаний и коммуникационных кампаний в социальных сетях
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Различными способами построения эффективной коммуникации
Уровень 2	Инструментами из области психологии коммуникаций для организации эффективного взаимодействия с различными группами стейкхолдеров

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	ПК–1.1.2 Принципы построения коммуникационных стратегий и этапы планирования кампаний.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	ПК–1.2.3 Оценивать риски и прогнозировать возможные последствия коммуникационных решений.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	ПК–1.3.2 Технологиями взаимодействия с клиентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами.

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	<b>Раздел 1. Теория и практика связей с общественностью</b>					
1.1	Становление отрасли PR-деятельности (связей с общественностью) /Лек/	3	10	ПК-1	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.2	Анализ PR-агентств Новосибирска и РФ в целом. Лучшие практики. /Пр/	3	6	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	

1.3	Менеджмент коммуникаций. Этическое сопровождение связей с общественностью. Правовое обеспечение связей с общественностью в РФ /Лек/	3	10	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.4	Этичный кодекс. Анализ возможных нарушений законодательных актов в сфере PR /Пр/	3	4	ПК-1	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.5	Общественное мнение как социальный институт. Организация и проведение PR-кампаний /Лек/	3	10	ПК-1	Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.6	Разработка концепции проекта PR-кампании /Пр/	3	6	ПК-1	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.7	Подготовка курсового проета, подготовка к контрольной работе и экзамену /Ср/	3	26	ПК-1	Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.8	Подготовка в экзамену и процедура сдачи экзамена /Экзамен/	3	36	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.9	PR как социальная коммуникация. Событийный маркетинг. PR управление специальными мероприятиями (event-менеджмент). /Лек/	4	10	ПК-1	Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.10	Разработка плана проведения специального мероприятия /Пр/	4	8	ПК-1	Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.11	Антикризисное PR-управление. Финансовые PR-коммуникации /Лек/	4	6	ПК-1	Л1.1 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.12	Анализ корпоративного кризиса и разработка мер по его устранению. /Пр/	4	8	ПК-1	Л1.1 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.13	PR-коммуникации в политике /Лек/	4	6	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.14	Анализ лоббистских кампаний в РФ. /Пр/	4	4	ПК-1	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.15	Имиджмейкинг как PR-технология. /Лек/	4	10	ПК-1	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.16	Разработка имиджевой кампании для организации. Консультации по курсовому проекту. /Пр/	4	8	ПК-1	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.17	Процедура сдачи и защиты курсового проекта /Пр/	4	4	ПК-1	Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.18	Подготовка курсового проета, подготовка к контрольной работе, зачету с оценкой /Ср/	4	40	ПК-1	Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.19	По всем темам и разделам дисциплины /Зачёт/Соц/	4	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### 5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Компетенция не сформирована (неудовлетворительно, 0-30 баллов): У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях

основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.

Пороговый уровень (удовлетворительно, 31-50 баллов): Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень даёт общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач.

Базовый уровень (хорошо, 51-80 баллов): Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам.

Продвинутый уровень (отлично, 81-100 баллов): Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

## **5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Текущий контроль успеваемости -Тестирование  
Пример тестовых заданий.

Тема 1. Введение в теорию и практику связей с общественностью

Задание 1.

Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.

Какие профессиональные качества PR-специалиста являются наиболее значимыми по мнению английского учёного, основателя Института по связям с общественностью С. Блэка?

- 1)стойкость характера
- 2)исключительное внимание к деталям
- 3)живой пылкий ум
- 4)оптимизм, чувство юмора
- 5)гибкость и умение одновременно иметь дело с разными проблемами
- 6)умение хорошо писать, редактировать и вычитывать написанное другими
- 7)оптимистический взгляд на жизнь
- 8)наличие высшего образования
- 9)презентабельная внешность

Задание 2.

Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.

Какие из предложенных вариантов относятся к основным каналам распространения информации в PR-деятельности?

- 1)средства массовой информации
- 2)социальные сети
- 3)информационные рассылки
- 4)рекламные щиты на улицах городов

Задание 3.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какой из перечисленных правовых актов регулирует отношения между средствами массовой информации, обществом, государством, гражданами и организациями?

- 1)статья 128.1. «Клевета» федерального закона N 538-ФЗ
- 2)закон РФ №2124-1 «О средствах массовой информации»
- 3)федеральный закон №38-ФЗ «О рекламе»

Задание 4.

Прочитайте вопрос. Запишите ответ коротким текстом (не более 50 слов).

Как PR-деятельность может способствовать укреплению репутации организации?

Задание 5.

Прочитайте текст и запишите пропущенное словосочетание.

Снижение негативных последствий репутационных кризисов называется \_\_\_\_\_.

Тема 2. Становление отрасли PR-деятельности

Задание 6.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какое событие в истории США считается одним из первых примеров политического PR?

- 1) публикация брошюры Томаса Пейна «Здравый смысл»
- 2) кампания по ратификации Конституции США, включая «Федералистские статьи»
- 3) президентская кампания Эндрю Джексона с использованием лозунгов и массовых митингов

Задание 7.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какое изобретение, сделанное Иоганном Гуттенбергом в эпоху Возрождения, стало поворотным моментом в развитии связей с общественностью?

- 1) печатный станок
- 2) телеграф
- 3) радио
- 4) телефон

Задание 8.

Прочитайте текст и запишите пропущенное слово.

Одним из ключевых жанров коммуникаций в Новое время были \_\_\_\_\_, которые использовались для донесения общественно значимых идей и влияния на массы.

Задание 9.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какое событие или явление в значительной мере способствовало профессионализации PR в 19 веке?

- 1) рост активности граждан и революционные движения
- 2) изобретение радио
- 3) появление газет
- 4) развитие университетов

Задание 10.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Что представляли собой «Окна сатиры РОСТА», в которых активно участвовал Маяковский?

- 1) серии агитационных плакатов с сатирическим содержанием
- 2) радиопередачи с пропагандой советских идей
- 3) газетные статьи с политическими интервью
- 4) первые телевизионные шоу

Задание 11.

Прочитайте текст и определите, верно ли утверждение.

Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) была создана в 1991 году и сыграла важную роль в институционализации профессии PR в стране.

Задание 12.

Прочитайте текст и запишите пропущенное слово.

В 1990-х годах PR приобрел особое значение для российских компаний, так как необходимо было преодолеть недоверие общества и сформировать корпоративную \_\_\_\_\_, которая стала ключевым ресурсом для бизнеса на фоне социальных и экономических изменений.

Тема 3. PR-технологии и PR-инструменты в современном социуме, этика PR-деятельности

Задание 13.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какой формат взаимодействия со СМИ считается наилучшим для передачи сложной информации?

- 1) пресс-релиз
- 2) пресс-брифинг
- 3) телевизионный эфир
- 4) пресс-подход

Задание 14.

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какой подход в условиях антикризисного пиара является ключевым для минимизации репутационных потерь?

- 1) сокрытие факта проблемы от общественности
- 2) быстрое признание ошибки и открытая коммуникация с целевыми аудиториями
- 3) использование только социальных сетей для опровержения информации
- 4) открытые судебные разбирательства

## Задание 15.

Прочитайте текст и определите, верно ли утверждение.

Эффективный имиджмейкинг требует постоянного мониторинга общественного мнения и корректировки коммуникационных стратегий.

## Задание 16.

Прочитайте вопрос и дайте ответ.

Какие два основных типа журналистских жанров наиболее часто используются в PR-материалах?

Промежуточная аттестация - Экзамен по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» проводится очно в устной форме по билетам.

Список вопросов к экзамену по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью»

## Блок исторических вопросов

1. Раскройте основные формы и методы коммуникаций, которые можно считать протоформами PR, в государствах Древнего мира (на примере Греции и Рима). Какие из этих практик сохранили свою актуальность сегодня?
2. Охарактеризуйте систему публичных коммуникаций в средневековом обществе. Какую роль в формировании общественного мнения играли церковь, власть монарха и зарождающиеся городские институты?
3. Проанализируйте ключевые факторы (политические, экономические, технологические), обусловившие становление PR как профессиональной деятельности в XIX веке на территории Западной Европы и США. Приведите примеры ранних PR-кампаний.
4. Охарактеризуйте вклад ключевых деятелей эпохи Просвещения в развитие публичных коммуникаций. Каким образом их идеи и практики повлияли на становление ранних PR-технологий?
5. Проанализируйте значимые PR-акции Екатерины II. Какие методы и приемы коммуникаций она использовала для укрепления своего правления и формирования имиджа России в Европе?
6. Охарактеризуйте реформы Петра I и их влияние на развитие политической и деловой коммуникации в России. Как преобразования Петра способствовали формированию нового типа коммуникаций при дворе и в государстве?
7. Опишите ключевые особенности PR в России в XIX – начале XX века. Какую роль играло Третье отделение в формировании государственных коммуникаций, а также как деятельность Михаила Каткова и коммерческий PR способствовали становлению индустрии?
8. Охарактеризуйте ключевые этапы развития связей с общественностью в России и за рубежом. Какие изменения и тенденции можно выделить в истории международного и российского PR?
9. Проследите этапы развития связей с общественностью в Советском Союзе. Каким образом идеологические и политические условия повлияли на формирование специфики советского PR?
10. Проанализируйте социальные изменения в России XX — начале XXI века, которые повлияли на развитие PR. Какие общественные, экономические и культурные факторы способствовали формированию и развитию отрасли?
11. Расскажите о первом пресс-релизе в истории PR: кто был его автором и каковы основные принципы, заложенные в этом документе?
12. Охарактеризуйте вклад Айви Ли в развитие индустрии связей с общественностью. Каковы особенности его подхода к антикризисному PR?
13. Проанализируйте вклад Эдварда Бернейза в индустрию связей с общественностью. В чем заключаются особенности его манипулятивного подхода к PR?
14. Рассмотрите деятельность агентства Дэна Эдельмана и выделите самые яркие PR-кампании, которые стали знаковыми в истории компании.
15. Охарактеризуйте периодизацию развития российского PR с 1990 года. Какие ключевые этапы и особенности выделяются в развитии отрасли в постсоветский период?
16. Дайте характеристику современной отечественной индустрии связей с общественностью. Какие тенденции и вызовы определяют развитие PR в России сегодня?

## Блок теоретических вопросов

1. Раскройте понятие «связи с общественностью» и опишите его основные функции в современной коммуникационной практике. Каковы ключевые задачи PR в управлении отношениями с общественностью?
2. Охарактеризуйте основные отличия между связями с общественностью и рекламой с точки зрения целей, методов и результатов. В чем заключаются уникальные особенности PR по сравнению с рекламой?
3. Проанализируйте роль имиджа в системе связей с общественностью и основные принципы его формирования. Как имидж влияет на восприятие организации и какие факторы важны для его успешного создания?
4. Объясните значение медиа-планирования для эффективного проведения PR-кампаний и опишите основные принципы формирования медиа-плана. Какие этапы необходимо пройти для создания успешного медиа-плана?
5. Раскройте основные функции PR-специалиста и опишите, каким образом профессионал организует коммуникационные процессы. Какие навыки необходимы для успешной работы в области связей с общественностью?
6. Сравните методы оценки эффективности PR-кампаний и рекламных кампаний, выделив их особенности и различия. Как определить успешность PR-деятельности и какие критерии следует применять?
7. Дайте определение понятию «бренд» и опишите его значение для сферы связей с общественностью. Каким образом бренд влияет на восприятие организации и как PR способствует его продвижению?
8. Проанализируйте типологию современных средств массовой информации на примере СМИ Новосибирской области. Какие характеристики позволяют классифицировать СМИ и как эта классификация важна для PR-специалиста?

9. Охарактеризуйте пресс-конференцию как форму взаимодействия PR-специалиста с представителями СМИ. Какие задачи решает пресс-конференция и как подготовиться к её проведению?
10. Объясните, что такое меценатство в контексте PR-стратегий и как оно используется для формирования положительного имиджа организации. Какие преимущества меценатство приносит в связях с общественностью?
11. Раскройте основные положения Федерального закона «О рекламе» (№ 38-ФЗ) и опишите правила работы с распространением информации в рамках PR-деятельности. Как соблюдение закона влияет на эффективность и законность PR-коммуникаций?
12. Охарактеризуйте понятие репутационного маркетинга и опишите роль специалиста по связям с общественностью в управлении репутацией организации. Какие методы применяются для поддержания и улучшения репутации?
13. Опишите ключевые принципы составления медиа-карты и объясните её значение для координации PR-кампании. Как медиа-карта помогает систематизировать работу со СМИ и другими каналами коммуникации?
14. Дайте определение инфлюенс-маркетингу и опишите его базовые принципы. Как PR-специалисты используют инфлюенсеров для продвижения брендов и продуктов?
15. Проанализируйте отличия между блогерами, инфлюенсерами и лидерами общественного мнения (ЛОМами). Какие особенности коммуникаций с каждой из этих групп следует учитывать в PR-стратегии?
16. Опишите основные профессиональные навыки, необходимые специалисту по связям с общественностью для успешной деятельности. Какие компетенции считаются приоритетными в современном PR?

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Зачет с оценкой – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Основой для определения оценки на зачете с оценкой служит объем и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Зачет с оценкой по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» в четвертом семестре проводится в виде защиты практико-ориентированного проекта.

Варианты проектов:

1. Разработка и реализация PR-кампании для укрепления внутреннего имиджа НГУАДИ имени А.Д. Крячкова. В проектирование входит анкетирование целевой аудитории, разработка и реализация осуществимой и эффективной PR-кампании, информационное сопровождение кампании.
2. Интервью со студентом НГУАДИ имени А.Д. Крячкова (с любого факультета), подготовленное к размещению в электронных изданиях города. В проектирование входит поиск персоны для интервью, подготовка вопросов и согласование вопросов, непосредственно процесс интервью и написание текста.
3. Разработка карты стейкхолдеров для НГУАДИ имени А.Д. Крячкова. Проектирование включает анализ и сегментацию целевой аудитории, разработку портретов ключевых стейкхолдеров и рекомендаций по формату и каналам коммуникаций с ними.

Проекты представляются студентами в виде реальных результатов (опубликованное интервью, отчет о проведенной PR-кампании и т.д.), которые сопровождаются устным докладом с комментариями по выполнению проекта.

### **5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Контрольная работа – работа для оценки знаний и/или умений (по отдельной теме, разделу, дисциплине в целом). Контрольные работы могут быть представлены в различных вариантах: тест, конспект по отдельному вопросу, терминологический диктант и тп. Контрольная работа выполняется в соответствии с требованиями, формулируемыми преподавателем перед её выполнением. Как правило, контрольная работа выполняется письменно на практическом занятии и прикрепляется в личном кабинете обучающегося (ЭИОС).

Экзамен

Экзамен является заключительным этапом изучения дисциплины. Готовясь к нему, обучающийся повторяет изученный материал, восполняет пробелы, приводит свои знания в систематизированный вид, получает более глубокое представление о содержании курса. Вследствие этого подготовка к экзамену сама оказывается важной формой учебной работы.

Экзамен проводится в устной форме, на основе экзаменационного билета, в том числе с применением дистанционных образовательных технологий. Экзамен проводится в фиксированные сроки и специально назначенной аудитории. Обучающийся обязан прибыть на экзамен вовремя, в указанное время начала экзамена. В аудитории целесообразно одновременное нахождение 5-6 человек. Обучающиеся не должны иметь с собой сумки, книги, тетради, сотовые телефоны, которые нужно отложить на время экзамена.

Обучающимся, получившим неудовлетворительные оценки, поясняется процедура и сроки проведения пересдачи.

Зачёт с оценкой

Зачёт с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание

освоения обучающимся материалов учебной дисциплины на основании результатов обучения в семестре. Зачёт с оценкой проводится в счёт аудиторного времени по зафиксированным в контрольных точках итогам контрольных и самостоятельных работ (пересказов текстов).

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Милюкова, А. Г.	Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы: практикум	Саратов: Вузовское образование, 2020
Л1.2	БАБИЙ В.С.	Реклама как средство визуализации и социокультурной коммуникации	, 2023
Л1.3	Базиян, Н. Р.	Реклама и PR	Москва: Юриспруденция, 2025
Л1.4	Ушанов, П. В.	Реклама в телевизионной программе: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2026

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Булатова С. Н.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012
Л2.2	Богданов В. В., Комарова И. М.	Теория и практика связей с общественностью. Медиарилейшнз: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011
Л2.3	Долгополова Н. Ф.	Выполнение и оформление курсовой работы по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью»: метод. указания	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2005
Л2.4	Хамаганова, К. В.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018
Л2.5	Алексеев-Апраксин, А. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» - Режим доступа: <a href="https://portal.nsuada.ru/">https://portal.nsuada.ru/</a>
----	--

#### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64
---------	--

#### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ
-----	---

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы  
 Контрольная работа – работа для оценки знаний по отдельной теме, разделу или дисциплине в целом. Контрольная работа представлена в виде письменного задания, охватывающих весь учебный материал дисциплины. Контрольная работа

выполняется в соответствии с требованиями формулируемыми преподавателем и размещается в личном кабинете обучающегося (ЭИОС).

#### Методические рекомендации по выполнению курсового проекта

Курсовой проект является самостоятельной работой обучающегося, служит для развития не только профессиональных, но и творческих навыков. Его обязательная составляющая - технический проект по заданной теме. Он всегда связан с направлением подготовки обучающегося. Целью написания курсового проекта является структуризация и усвоение, полученных во время изучения предмета, знаний, навыков и умений. Курсовой проект включает в себя аналитическую и графическую часть. Курсовой проект выполняется в соответствии с требованиями формулируемыми преподавателем перед его выполнением. Представляется на проверку преподавателю в распечатанном виде и прикрепляется в личный кабинет обучающегося

В инклюзивном образовании по образовательным программам ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова» одними из основных условий сопровождения обучающихся с инвалидностью и особыми образовательными потребностями являются подготовленный педагогический состав, прошедший повышение квалификации по программе «Инклюзивное образование в образовательной организации высшего образования», владеющий методиками и приемами обучения и адаптации, возможности тьюторского сопровождения обучения куратором группы.

Для лиц с нарушением слуха в рамках образовательной программы используются возможности визуального представления кратких материалов лекций в формате презентаций, в которых в удобной и адаптированной верстке представлены краткие материалы дисциплин. Учебная аудитория, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием, при необходимости - персональными компьютерами (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ

Для лиц с нарушением зрения в рамках образовательной программы с использованием электронной информационной образовательной среды (ЭИОС) ФГБОУ ВО НГУАДИ имеет версию сайта с минимальным уровнем доступности (А). Согласно ГОСТ Р 52 872 – 2012 «Требования доступности интернет-ресурсов для инвалидов по зрению»

Специфика преподаваемых дисциплин гуманитарного цикла на кафедре ГиСЭД не предполагает адаптации учебных материалов для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (ОДА). (ЭИОС).

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«**НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова**»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины (практики)

## **Теория и практика связей с общественностью**

Учебный план: 42.03.01\_2023\_РиО.plx

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Составитель: канд. искусствоведения,  
доцент кафедры Гуманитарных и социально-экономических дисциплин  
Горбачева Ю.С.

Рассмотрен и рекомендован  
для использования в учебном процессе  
на заседании кафедры Гуманитарных и  
социально-экономических дисциплин  
Протокол от 24.01.2025 № 6  
Зав. кафедрой ГиСЭД Дьячков А.В.

Новосибирск 2025

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Фонд оценочных средств (ФОС) включает материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Целью текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА) является контроль освоения запланированных по дисциплине знаний и умений, направленных на формирование у обучающихся компетенций в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Код компетенции	Код и наименование индикаторов компетенций
ПК-1	ПК – 1.1.2 Принципы построения коммуникационных стратегий и этапы планирования кампаний; ПК – 1.2.3 Оценивать риски и прогнозировать возможные последствия коммуникационных решений; ПК – 1.3.2 Технологиями взаимодействия с клиентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами.

## 2. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

**Оценочное средство: Тестовые задания (ПК-1).**

### Тема 1. Введение в теорию и практику связей с общественностью

#### Задание 1.

*Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.*

Какие профессиональные качества PR-специалиста являются наиболее значимыми по мнению английского учёного, основателя Института по связям с общественностью С. Блэка?

- 1) стойкость характера
- 2) исключительное внимание к деталям
- 3) живой пытливый ум
- 4) оптимизм, чувство юмора
- 5) гибкость и умение одновременно иметь дело с разными проблемами
- 6) умение хорошо писать, редактировать и вычитывать написанное другими
- 7) оптимистический взгляд на жизнь
- 8) наличие высшего образования
- 9) презентабельная внешность

#### Задание 2.

*Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.*

Какие из предложенных вариантов относятся к основным каналам распространения информации в PR-деятельности?

- 1) средства массовой информации
- 2) социальные сети
- 3) информационные рассылки
- 4) рекламные щиты на улицах городов

#### Задание 3.

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Какой из перечисленных правовых актов регулирует отношения между средствами массовой информации, обществом, государством, гражданами и организациями?

- 1) статья 128.1. «Клевета» федерального закона N 538-ФЗ
- 2) закон РФ №2124-1 «О средствах массовой информации»
- 3) федеральный закон №38-ФЗ «О рекламе»

**Задание 4.**

*Прочитайте вопрос. Запишите ответ коротким текстом (не более 50 слов).*

Как PR-деятельность может способствовать укреплению репутации организации?

**Задание 5.**

*Прочитайте текст и запишите пропущенное словосочетание.*

Снижение негативных последствий репутационных кризисов называется \_\_\_\_\_.

## Тема 2. Становление отрасли PR-деятельности

**Задание 6.**

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Какое событие в истории США считается одним из первых примеров политического PR?

- 1) публикация брошюры Томаса Пейна «Здравый смысл»
- 2) кампания по ратификации Конституции США, включая «Федералистские статьи»
- 3) президентская кампания Эндрю Джексона с использованием лозунгов и массовых митингов

**Задание 7.**

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Какое изобретение, сделанное Иоганном Гуттенбергом в эпоху Возрождения, стало поворотным моментом в развитии связей с общественностью?

- 1) печатный станок
- 2) телеграф
- 3) радио
- 4) телефон

**Задание 8.**

*Прочитайте текст и запишите пропущенное слово.*

Одним из ключевых жанров коммуникаций в Новое время были \_\_\_\_\_, которые использовались для донесения общественно значимых идей и влияния на массы.

**Задание 9.**

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Какое событие или явление в значительной мере способствовало профессионализации PR в 19 веке?

- 1) рост активности граждан и революционные движения
- 2) изобретение радио
- 3) появление газет
- 4) развитие университетов

**Задание 10.**

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Что представляли собой «Окна сатиры РОСТА», в которых активно участвовал Маяковский?

- 1) серии агитационных плакатов с сатирическим содержанием
- 2) радиопередачи с пропагандой советских идей
- 3) газетные статьи с политическими интервью
- 4) первые телевизионные шоу

**Задание 11.**

*Прочитайте текст и определите, верно ли утверждение.*

Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) была создана в 1991 году и сыграла важную роль в институционализации профессии PR в стране.

**Задание 12.**

*Прочитайте текст и запишите пропущенное слово.*

В 1990-х годах PR приобрел особое значение для российских компаний, так как необходимо было преодолеть недоверие общества и сформировать корпоративную \_\_\_\_\_, которая стала ключевым ресурсом для бизнеса на фоне социальных и экономических изменений.

### **Тема 3. PR-технологии и PR-инструменты в современном социуме, этика PR-деятельности**

**Задание 13.**

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Какой формат взаимодействия со СМИ считается наилучшим для передачи сложной информации?

- 1) пресс-релиз
- 2) пресс-брифинг
- 3) телевизионный эфир
- 4) пресс-подход

**Задание 14.**

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Какой подход в условиях антикризисного пиара является ключевым для минимизации репутационных потерь?

- 1) сокрытие факта проблемы от общественности
- 2) быстрое признание ошибки и открытая коммуникация с целевыми аудиториями
- 3) использование только социальных сетей для опровержения информации
- 4) открытые судебные разбирательства

**Задание 15.**

*Прочитайте текст и определите, верно ли утверждение.*

Эффективный имиджмейкинг требует постоянного мониторинга общественного мнения и корректировки коммуникационных стратегий.

**Задание 16.**

*Прочитайте вопрос и дайте ответ.*

Какие два основных типа журналистских жанров наиболее часто используются в PR-

материалах?

**Задание 17.**

*Установите соответствие между строками левого и правого столбцов.*

Сопоставьте название жанра журналистики с его характеристикой.

	Жанр		Характеристика
А)	Интервью	1)	Детальный анализ и комментарии
Б)	Репортаж	2)	Непосредственное освещение событий
В)	Статья-обзор	3)	Разговор с человеком с целью публикации

**Задание 18.**

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Какой из перечисленных форматов текстов наиболее подходит для создания имиджа компании через медиапубликации?

- 1) экспертные статьи (экспертные колонки)
- 2) листовки
- 3) пресс-релизы
- 4) эссе

**Задание 19.**

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Какой из следующих PR-инструментов наиболее эффективен для управления репутацией компании в условиях кризиса?

- 1) реклама в социальных сетях
- 2) пресс-релиз
- 3) антикризисный PR-план
- 4) спонсорство мероприятий

**Задание 20.**

*Прочитайте текст и запишите пропущенное словосочетание.*

Одним из самых активно используемых инструментов в современном PR является \_\_\_\_\_, которые позволяют быстро распространять информацию и взаимодействовать с аудиторией в реальном времени.

**Задание 21.**

*Установите соответствие между строками левого и правого столбцов.*

Сопоставьте термин, связанный с антикризисным PR, с его определением.

	Термин		Определение
А)	Кризисное управление	1)	Отслеживание публикаций и мнений в СМИ
Б)	Мониторинг СМИ	2)	Оперативное признание и объяснение проблемы
В)	Кризисный план	3)	Стратегия действий для преодоления кризиса

**Задание 22.**

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа*

Какое из требований является обязательным для PR-специалиста при взаимодействии со СМИ?

- 1) использование любой интересной информации о компании
- 2) предоставление достоверной и проверенной информации
- 3) скрывание негативных фактов о компании

**Задание 23.**

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Какой из перечисленных инструментов PR наиболее эффективен для формирования положительного имиджа компании через организацию мероприятий?

- 1) медийная реклама
- 2) событийный маркетинг
- 3) пресс-релизы
- 4) антикризисные коммуникации

**Задание 24.**

*Прочитайте текст и определите, верно ли утверждение.*

В антикризисном пиаре игнорирование негативных отзывов поможет избежать обострения ситуации и сохранить репутацию компании.

**Задание 25.**

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Какой из методов считается наиболее эффективным при построении позитивного имиджа компании в долгосрочной перспективе?

- 1) проведение масштабной рекламной акции
- 2) постоянное взаимодействие с общественностью через многоформатные коммуникации
- 3) точечная отработка негативных отзывов в СМИ
- 4) выстраивание конструктивных внутренних корпоративных коммуникаций

**Задание 26.**

*Прочитайте вопрос. Запишите ответ коротким текстом (не более 50 слов).*

Как можно сформулировать основной этический принцип PR-специалиста при работе со СМИ?

**Задание 27.**

*Прочитайте текст и запишите пропущенное слово.*

Одним из популярных форматов подачи информации в СМИ для упрощения восприятия сложных данных является \_\_\_\_\_, сочетающая визуальные элементы и ключевые сообщения.

**Задание 28.**

*Прочитайте вопрос и выберите утвердительный или отрицательный ответ.*

Является ли данная реклама этичной?



### Задание 29.

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Что из перечисленного является основным содержанием медиаплана?

- 1) темы и даты публикаций контента
- 2) ключевые слова для SEO
- 3) форматы визуальных материалов для постов
- 4) каналы размещения рекламы, бюджет и сроки кампании

### Задание 30.

*Прочитайте текст и запишите пропущенное слово.*

\_\_\_\_\_ – это документ или график публикаций, в котором фиксируются темы, форматы, даты выхода контента и другие важные детали для системного и регулярного создания материалов в блоге, соцсетях или других каналах коммуникации. Он помогает планировать работу команды, удерживать внимание аудитории и связывать публикации с бизнес-целями без учета финансовой составляющей.

### Задание 31.

*Прочитайте вопрос. Запишите ответ коротким текстом (не более 50 слов).*

Как называется жанр взаимодействия со СМИ, представленный на изображении?



### Задание 32.

*Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.*

Какой формат текста лучше всего подходит для подготовки информационного сообщения о запуске нового продукта?

- 1) статья в блоге
- 2) официальный отчет
- 3) пресс-релиз
- 4) рекламный слоган

### Задание 33.

Прочитайте текст и запишите пропущенное слово.

Технология \_\_\_\_\_ в PR направлена на создание полезного и информативного контента, который привлекает и удерживает внимание целевой аудитории.

#### Критерии оценивания теста:

Максимальное количество баллов – 84

Не сформирована 0-30% (неудовлетворительно)	Пороговый уровень 31-50% (удовлетворительно)	Базовый уровень 51-80% (хорошо)	Продвинутый уровень 81-100% (отлично)
0- 25 баллов	26 – 42 балл	43 – 67 баллов	68 – 84 балла
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении

### 3. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

#### Оценочное средство 1.

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

Экзамен – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Основой для определения оценки на экзамене служит объём и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Экзамен по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» проводится очно в устной форме по билетам.

### **Список вопросов к экзамену по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью»**

#### **Блок исторических вопросов**

1. Раскройте основные формы и методы коммуникаций, которые можно считать протоформами PR, в государствах Древнего мира (на примере Греции и Рима). Какие из этих практик сохранили свою актуальность сегодня?
2. Охарактеризуйте систему публичных коммуникаций в средневековом обществе. Какую роль в формировании общественного мнения играли церковь, власть монарха и зарождающиеся городские институты?
3. Проанализируйте ключевые факторы (политические, экономические, технологические), обусловившие становление PR как профессиональной деятельности в XIX веке на территории Западной Европы и США. Приведите примеры ранних PR-кампаний.
4. Охарактеризуйте вклад ключевых деятелей эпохи Просвещения в развитие публичных коммуникаций. Каким образом их идеи и практики повлияли на становление ранних PR-технологий?
5. Проанализируйте значимые PR-акции Екатерины II. Какие методы и приемы коммуникаций она использовала для укрепления своего правления и формирования имиджа России в Европе?
6. Охарактеризуйте реформы Петра I и их влияние на развитие политической и деловой коммуникации в России. Как преобразования Петра способствовали формированию нового типа коммуникаций при дворе и в государстве?
7. Опишите ключевые особенности PR в России в XIX – начале XX века. Какую роль играло Третье отделение в формировании государственных коммуникаций, а также как деятельность Михаила Каткова и коммерческий PR способствовали становлению индустрии?
8. Охарактеризуйте ключевые этапы развития связей с общественностью в России и за рубежом. Какие изменения и тенденции можно выделить в истории международного и российского PR?
9. Проследите этапы развития связей с общественностью в Советском Союзе. Каким образом идеологические и политические условия повлияли на формирование специфики советского PR?
10. Проанализируйте социальные изменения в России XX — начале XXI века, которые повлияли на развитие PR. Какие общественные, экономические и культурные факторы способствовали формированию и развитию отрасли?
11. Расскажите о первом пресс-релизе в истории PR: кто был его автором и каковы основные принципы, заложенные в этом документе?
12. Охарактеризуйте вклад Айви Ли в развитие индустрии связей с общественностью. Каковы особенности его подхода к антикризисному PR?
13. Проанализируйте вклад Эдварда Бернейза в индустрию связей с общественностью. В чем заключаются особенности его манипулятивного подхода к PR?
14. Рассмотрите деятельность агентства Дэна Эдельмана и выделите самые яркие PR-кампании, которые стали знаковыми в истории компании.
15. Охарактеризуйте периодизацию развития российского PR с 1990 года. Какие ключевые этапы и особенности выделяются в развитии отрасли в постсоветский период?
16. Дайте характеристику современной отечественной индустрии связей с общественностью. Какие тенденции и вызовы определяют развитие PR в России

сегодня?

### Блок теоретических вопросов

1. Раскройте понятие «связи с общественностью» и опишите его основные функции в современной коммуникационной практике. Каковы ключевые задачи PR в управлении отношениями с общественностью?
2. Охарактеризуйте основные отличия между связями с общественностью и рекламой с точки зрения целей, методов и результатов. В чем заключаются уникальные особенности PR по сравнению с рекламой?
3. Проанализируйте роль имиджа в системе связей с общественностью и основные принципы его формирования. Как имидж влияет на восприятие организации и какие факторы важны для его успешного создания?
4. Объясните значение медиа-планирования для эффективного проведения PR-кампаний и опишите основные принципы формирования медиа-плана. Какие этапы необходимо пройти для создания успешного медиа-плана?
5. Раскройте основные функции PR-специалиста и опишите, каким образом профессионал организует коммуникационные процессы. Какие навыки необходимы для успешной работы в области связей с общественностью?
6. Сравните методы оценки эффективности PR-кампаний и рекламных кампаний, выделив их особенности и различия. Как определить успешность PR-деятельности и какие критерии следует применять?
7. Дайте определение понятию «бренд» и опишите его значение для сферы связей с общественностью. Каким образом бренд влияет на восприятие организации и как PR способствует его продвижению?
8. Проанализируйте типологию современных средств массовой информации на примере СМИ Новосибирской области. Какие характеристики позволяют классифицировать СМИ и как эта классификация важна для PR-специалиста?
9. Охарактеризуйте пресс-конференцию как форму взаимодействия PR-специалиста с представителями СМИ. Какие задачи решает пресс-конференция и как подготовиться к её проведению?
10. Объясните, что такое меценатство в контексте PR-стратегий и как оно используется для формирования положительного имиджа организации. Какие преимущества меценатство приносит в связях с общественностью?
11. Раскройте основные положения Федерального закона «О рекламе» (№ 38-ФЗ) и опишите правила работы с распространением информации в рамках PR-деятельности. Как соблюдение закона влияет на эффективность и законность PR-коммуникаций?
12. Охарактеризуйте понятие репутационного маркетинга и опишите роль специалиста по связям с общественностью в управлении репутацией организации. Какие методы применяются для поддержания и улучшения репутации?
13. Опишите ключевые принципы составления медиа-карты и объясните её значение для координации PR-кампании. Как медиа-карта помогает систематизировать работу со СМИ и другими каналами коммуникации?
14. Дайте определение инфлюенс-маркетингу и опишите его базовые принципы. Как PR-специалисты используют инфлюенсеров для продвижения брендов и продуктов?
15. Проанализируйте отличия между блогерами, инфлюенсерами и лидерами общественного мнения (ЛОМами). Какие особенности коммуникаций с каждой из этих групп следует учитывать в PR-стратегии?
16. Опишите основные профессиональные навыки, необходимые специалисту по связям с общественностью для успешной деятельности. Какие компетенции считаются приоритетными в современном PR?

### Критерии оценивания устного ответа:

- 1) правильность ответа (отсутствие фактических ошибок) (максимальное количество баллов – 25);
- 2) полнота ответа (раскрытие объема используемых понятий) (максимальное количество баллов – 25);
- 3) обоснованность ответа (наличие аргументов) (максимальное количество баллов – 25);
- 4) логика изложения ответа (правильная последовательность изложения материала) (максимальное количество баллов – 25).

### Оценочное средство 2: Курсовой проект.

#### Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Зачет с оценкой – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Основой для определения оценки на зачете с оценкой служит объем и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Зачет с оценкой по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» в четвертом семестре проводится в виде защиты практико-ориентированного проекта.

#### Варианты проектов:

1. Разработка и реализация PR-кампании для укрепления внутреннего имиджа НГУАДИ имени А.Д. Крячкова. В проектирование входит анкетирование целевой аудитории, разработка и реализация осуществимой и эффективной PR-кампании, информационное сопровождение кампании.
2. Интервью со студентом НГУАДИ имени А.Д. Крячкова (с любого факультета), подготовленное к размещению в электронных изданиях города. В проектирование входит поиск персоны для интервью, подготовка вопросов и согласование вопросов, непосредственно процесс интервью и написание текста.
3. Разработка карты стейкхолдеров для НГУАДИ имени А.Д. Крячкова. Проектирование включает анализ и сегментацию целевой аудитории, разработку портретов ключевых стейкхолдеров и рекомендаций по формату и каналам коммуникаций с ними.

Проекты представляются студентами в виде реальных результатов (опубликованное интервью, отчет о проведенной PR-кампании и т.д.), которые сопровождаются устным докладом с комментариями по выполнению проекта.

#### Критерии оценивания курсового проекта:

Критерии	Балл	Описание
Цель и актуальность проекта	15	Четко сформулирована цель, обоснована важность теме для НГУАДИ имени А.Д. Крячкова; связь с теорией PR теорий коммуникации
Методология и планы работ	15	Обоснованный выбор методов исследования и проекта; план-график; адекватность сроков и ресурсов.
Аналитика и	20	Корректно проведенный анализ

исследовательская база корректно проведенный анализ стейкхолдеров/аудиторий; использование подходящих инструментов (анкеты, интервью, карты стейкхолдеров) и достоверные данные.		стейкхолдеров/аудиторий; использование подходящих инструментов (анкеты, интервью, карты стейкхолдеров) и достоверные данные.
Проектирование PR- решения	20	Креативность и реалистичность кампании или карты; выбор каналов и форматов, соответствие целям и аудитории; юридическая и этическая корректность.
Оценка эффективности и показатели	20	Выбор и обоснование KPI; методы оценки результатов кампании/интервью/карты; план анализа результатов.
Оформление и грамотность	10	Соответствие академическим требованиям, ясность и доступность изложения, грамотность, корректность цитирования.
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	

#### Критерии выставления оценки:

<b>Не сформирована 0-30 баллов (неудовлетвори- тельно)</b>	<b>Пороговый уровень 31-50 баллов (удовлетвори- тельно)</b>	<b>Базовый уровень 51-80 баллов (хорошо)</b>	<b>Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично)</b>
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении