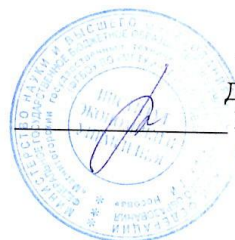




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЭиУ
Н.Р. Балынская

10.03.2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ

Направление подготовки (специальность)
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль/специализация) программы
Государственная и муниципальная служба

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очная

Институт/ факультет	Институт экономики и управления
Кафедра	Государственного муниципального управления и управления персоналом
Курс	3
Семестр	6

Магнитогорск
2021 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1016)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Государственного муниципального управления и управления персоналом 05.02.2021, протокол № 6

Зав. кафедрой _____ Н.Р. Балынская

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиУ 10.03.2021 г. протокол № 3

Председатель _____ Н.Р. Балынская

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры ГМУиУП, канд. филос. наук _____ Е.Г. Зиновьева

Рецензент:

начальник управления образования администрации города Магнитогорска,
_____ Н.В. Сафонова

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Н.Р. Балынская

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Н.Р. Балынская

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Н.Р. Балынская

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Н.Р. Балынская

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

сформировать у обучающихся знания о предмете, структуре и основных функциях общественных отношений, а также обучить их методологии и основным технологическим приемам управления общественными отношениями

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Управление общественными отношениями входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Деловая коммуникация на русском языке

Документирование управленческой деятельности

Специфика публичных выступлений

Деловые коммуникации в муниципальной сфере

Коммуникативная политика в регионе

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Этика государственной и муниципальной службы

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Управление общественными отношениями» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-1	Способен координировать и контролировать деятельность по реализации мероприятий в социальной сфере
ПК-1.1	Оценивает и решает профессиональные задачи в области организации социальной политики в государственных и муниципальных органах власти, государственных и муниципальных организациях
ПК-1.2	Осуществляет контроль реализации мероприятий социальной политики сотрудниками государственных и муниципальных органов власти

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц 144 академических часов, в том числе:

- контактная работа – 51,95 академических часов;
- аудиторная – 51 академических часов;
- внеаудиторная – 0,95 академических часов
- самостоятельная работа – 92,05 академических часов;

Форма аттестации - зачет с оценкой

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в академических часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1.								
1.1 Общественные отношения: определение и история развития	6	2		2/2И	8	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение ситуационных заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2
1.2 Правовые и этические основы общественных отношений		2		4/4И	8	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2
1.3 Коммуникации как основа общественных отношений		2		2/2И	8	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2

1.4 Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений	2		4/4И	8	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2
1.5 Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений	2		2/2И	7	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2
1.6 Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений	1		2/2И	7	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2
1.7 Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)	1		2/2И	7	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2
1.8 Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	1		2/2И	8	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2
1.9 Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью	1		4/4И	8	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2

1.10 Имидж как средство общественных отношений		1		2/2И	8	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2
1.11 Антикризисные общественные отношения		1		4/4И	8	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2
1.12 Общественные отношения в государственном секторе		1		4/4И	7,05	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-1.1, ПК-1.2
Итого по разделу		17		34/34И	92,05			
Итого за семестр		17		34/34И	92,05		зао	
Итого по дисциплине		17		34/34И	92,05		зачет с оценкой	

5 Образовательные технологии

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При обучении студентов дисциплине «Управление общественными отношениями» следует осуществлять следующие образовательные технологии:

1. Традиционные образовательные технологии ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения).

Формы учебных занятий с использованием традиционных технологий:

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Практическое занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

2. Технологии проблемного обучения – организация образовательного процесса, которая предполагает постановку проблемных вопросов, создание учебных проблемных ситуаций для стимулирования активной познавательной деятельности студентов.

Формы учебных занятий с использованием технологий проблемного обучения:

Практическое занятие в форме практикума – организация учебной работы, направленная на решение комплексной учебно-познавательной задачи, требующей от студента применения как научно-теоретических знаний, так и практических навыков.

3. Технологии проектного обучения – организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания. Проект предполагает совместную учебно-познавательную деятельность группы студентов, направленную на выработку концепции, установление целей и задач, формулировку ожидаемых результатов, определение принципов и методик решения поставленных задач, планирование хода работы, поиск доступных и оптимальных ресурсов, поэтапную реализацию плана работы, презентацию результатов работы, их осмысление и рефлексию.

Основные типы проектов:

Творческий проект, как правило, не имеет детально проработанной структуры; учебно-познавательная деятельность студентов осуществляется в рамках рамочного задания, подчиняясь логике и интересам участников проекта, жанру конечного результата (газета, фильм, праздник, издание, экскурсия и т.п.).

4. Интерактивные технологии – организация образовательного процесса, которая предполагает активное и нелинейное взаимодействие всех участников, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. Наряду со специализированными технологиями такого рода принцип интерактивности прослеживается в большинстве современных образовательных технологий.

Формы учебных занятий с использованием специализированных интерактивных технологий:

Семинар-дискуссия – коллективное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы, выявление мнений в группе (межгрупповой диалог, дискуссия как спор-диалог).

5. Информационно-коммуникационные образовательные технологии – организация образовательного процесса, основанная на применении специализированных программных сред и технических средств работы с информацией.

Формы учебных занятий с использованием информационно-коммуникационных

технологий:

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

Практическое занятие в форме презентации – представление результатов проектной или исследовательской деятельности с использованием специализированных программных средств.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Восколович, Н. А. Экономика, организация и управление общественным сектором : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович, Е. Н. Жильцов, С. Д. Еникеева ; под общей редакцией Н. А. Восколович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 324 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05345-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/ekonomika-organizaciya-i-upravlenie-obschestvennym-sektorom-468762#page/1> (дата обращения: 01.05.2021).

2. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/teoriya-kommunikacii-468561#page/1> (дата обращения: 01.05.2021).

б) Дополнительная литература:

1. Мамедова, Н. А. Управление общественными отношениями / Мамедова Н.А., Кривова Т.А. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 92 с.ISBN 978-5-16-105171-9 (online). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=180181> (дата обращения: 01.05.2021)

2. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/politicheskiy-menedzhment-kommunikativnyye-tehnologii-472967#page/1> (дата обращения: 01.05.2021).

в) Методические указания:

представлены в приложении 3

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно

7Zip	свободно распространяемое	бессрочно
Linux Calculate	свободно распространяемое	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Российская Государственная библиотека. Каталоги	https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp
Федеральный образовательный портал – Экономика. Социология. Менеджмент	http://ecsocman.hse.ru/
Международная наукометрическая реферативная и полнотекстовая база данных научных изданий «Web of science»	http://webofscience.com
Международная реферативная и полнотекстовая справочная база данных	http://scopus.com
Международная база полнотекстовых журналов Springer Journals	http://link.springer.com/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации
2. Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации; комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.
3. Помещения для самостоятельной работы: обучающихся: персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Тема 1. Общественные отношения: определение и история развития

Перечень вопросов для собеседования

1. Какие существуют подходы к определению понятия и сущности общественных отношений?
2. По каким признакам и какие виды общественных отношений можно выделить?
3. Что (кто) понимается под субъектом и объектом общественных отношений?
4. В чем Вы видите разницу между технологическим и базисным субъектом PR?
5. Дайте краткую характеристику основных этапов развития общественных отношений как сферы деятельности и как науки.
6. Что означают выражения «бостонское чаепитие», «бостонская резня»? Какое отношение они имеют к истории PR?

Практическое задание

1. Выявите сходства и различия между общественными явлениями:
 - а) PR и реклама;
 - б) PR и пропаганда;
 - в) PR и маркетинг;
 - г) PR и журналистика.

Темы докладов и сообщений

1. Айви Ли в истории PR.
2. Вклад Э. Бернайза в развитие PR.
3. Значение деятельности А. Пейджа для развития корпоративных PR.
4. Становление PR за рубежом.
5. История становления российских PR: проблемы и противоречия.

Тема 2. Правовые и этические основы общественных отношений

Перечень вопросов для собеседования

1. Какие международные нормативные акты регулируют сферу общественных отношений?
2. Какие нормативные акты РФ регулируют сферу общественных отношений?
3. С какой целью разрабатываются хартии и кодексы в сфере общественных отношений?
4. Оказывают ли влияние, по вашему мнению, кодексы профессионального поведения на реальное поведение специалистов по связям с общественностью? Если да, то каким образом?
5. Какова роль международных и национальных профессиональных сообществ в сфере общественных отношений?
6. Когда создана Российская ассоциация по связям с общественностью? Каковы основные направления ее деятельности?

Практические задания

1. Выполните сравнительный анализ зарубежного и российского опыта правового регулирования общественных отношений.
2. Проанализируйте и сравните существующие профессиональные кодексы по следующим параметрам:
 - а) какие профессиональные качества провозглашаются в кодексе;
 - б) какие положения Вам больше всего импонируют;
 - в) с какими положениями Вы готовы подискутировать.

Тема 3. Коммуникации как основа общественных отношений

Перечень вопросов для собеседования

1. Какие коммуникативные технологии предшествовали появлению PR?
2. Дайте краткую характеристику основных коммуникационных моделей общественных отношений.
3. Дайте определение емкости коммуникационного канала.
4. Какие коммуникационные каналы используются в сфере общественных отношений?

Практическое задание

1. Определите, к какому виду коммуникаций (межличностная или публичная, вербальная, визуальная, событийная) относится:

- а) статья о вреде курения в газете, сопровождающаяся фотографией больного раком легких;
 - б) выступление кандидата в депутаты по радио;
 - в) разговор с сокурсником по телефону;
 - г) свадебный ритуал;
 - д) церемония открытия нового памятника;
 - е) туристы, наблюдающие ритуальную церемонию;
 - ж) улыбка на лице друга;
 - з) использование определенного цвета в одежде для придания делового вида;
- и) процесс инаугурации президента страны;
- к) лекция в университете;
 - л) письмо от родителей;
 - м) громкий шум в соседней квартире;
 - н) телевизионный репортаж о задержании разыскиваемого преступника. Приведите свои примеры каждого из указанных видов коммуникации.

2. Отработайте навыки коммуникации в ситуации знакомства с разными аудиториями. Предлагается представиться одним из следующих способов:

- а) чисто официально («Представьтесь, пожалуйста»);
- б) предлагается обыграть свои ФИО, внешность и отличия;
- в) метод автопрезентации (тонкая, но правдивая лесть);
- г) представиться и сказать, что вы хотите сделать хорошего для семинара или по его шагам;
- д) представиться и сказать о себе то, чего не знают другие;
- е) представить преподавателя;
- ж) представить собеседника через успешные области деятельности;
- з) представить через жизненный девиз или кредо;
- и) 30-секундный speech.

3. Проанализируйте коммуникационные потоки организации, с которой вы связаны. Определите, можно ли их признать удовлетворительными. Разработайте комплекс средств коммуникаций, который необходим для эффективного осуществления связей с общественностью. Что необходимо изменить, чтобы предложенная вами система заработала.

Тема 4. Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений

Перечень вопросов для собеседования

1. Назовите основные отличительные черты толпы, массы, общественности.
2. Что такое «общественность»? Каковы ее характерные черты?
3. Дайте краткую характеристику основных групп общественности.
4. Что понимается под целевой и приоритетной общественностью?
5. Что такое «общественное мнение»? Каковы его особенности?
6. Назовите основные характеристики общественного мнения.
7. Какие существуют способы и механизмы управления общественным мнением?

Практические задания

1. Подберите ряд синонимов понятию «общественность» (публика, аудитория и др.). В чем состоит их сходство и различие?
2. Проанализируйте характер (сходства и различия) общественности в царской России, СССР и современной России.
3. Определите целевую аудиторию для воздействия с целью организации финансирования Центра детского досуга в районе.
4. Проанализируйте, какие группы населения являются общественностью нашего учебного заведения. Дайте краткую характеристику каждой из групп, выделите целевые группы общественности.
5. Прокомментируйте следующие высказывания:
 - а) Наполеон: «Последнее слово всегда остается за общественным мнением».
 - б) Ювенал: «Общественное мнение щадит ястреба и карает цыпленка».
 - в) Дизраэли: «Партия – это организованное общественное мнение».
6. Сделайте подборку из 5–10 определений общественного мнения (философские, социологические, психологические и иные словари, энциклопедии и справочники), сравните и обобщите полученный материал.
7. Проанализируйте данные ВЦИОМ, РОМИР и др., проследите тенденции в динамике общественного мнения по поводу социально-политических ценностей и ведущих политических сил в России (4–5 стр.).
8. Используя данные публикаций ВЦИОМ, РОМИР, Фонда общественного мнения и т. д. (www.wciom.ru, www.romir.ru, www.fom.ru и др.), проанализируйте характер смены ценностных ориентиров в общественном сознании россиян за последние 15 лет (4–5 стр.).
9. Составьте кроссворд из терминов по теме.

Тема 5. Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений

Перечень вопросов для собеседования

1. Каковы основные направления деятельности специалиста в сфере общественных отношений?
2. Какими принципами должен руководствоваться специалист по связям с общественностью?
3. Какие функции осуществляет подразделение в сфере общественных отношений?
4. Каковы преимущества и недостатки собственного отдела в сфере общественных отношений?
5. В чем состоят преимущества и недостатки внешнего консультирования в сфере общественных отношений?
6. Дайте краткую характеристику основных видов агентств в сфере общественных отношений.

Практические задания

1. Выполните сравнительный анализ американских и российских исследователей по вопросам:
 - а) требования к PR-специалисту;
 - б) содержание деятельности;
 - в) направления деятельности;
 - г) основные задачи;
 - д) должностные обязанности.
2. Должностные обязанности специалиста по связям с общественностью. PR-деятельность в компании может осуществляться самостоятельно, с участием внешнего агентства или полностью силами последнего. Ниже приведена должностная инструкция одного из PR-специалистов крупной производственной компании. В соответствии с данной инструкцией на специалиста возлагается решение следующих задач:

1. Реализация единой информационной политики компании с целью создания и укрепления позитивного имиджа, деловой репутации компании через все каналы коммуникации.

2. Представление и защита корпоративных интересов компании через средства массовой информации, в том числе зарубежные, а также другие формы взаимодействия с целевыми аудиториями. Коррекция негативных стереотипов восприятия компании.

3. Оказание методической помощи подразделениям и органам управления предприятия по вопросам единой информационной политики компании.

Специалист в соответствии с возложенными на него задачами осуществляет следующие функции:

1. Осуществляет выбор форм и методов взаимодействия с целевыми аудиториями, средствами массовой информации. Определяет характер, содержание и носители информационных сообщений, исходящих от организации.

2. Обеспечивает двустороннюю связь с целевыми аудиториями: с потребителями, партнерами, СМИ, информационными, рекламными агентствами, издательствами, другими предприятиями и организациями, государственными и общественными структурами.

3. Осуществляет постоянное взаимодействие с представителями средств массовой информации, знакомит их с официальными решениями руководства организации, готовит ответы на официальные запросы, следит за своевременным распространением информации о деятельности организации. Ведет базы данных журналистов, региональных и местных СМИ.

4. Регулярно готовит и распространяет в средствах массовой информации официальные заявления, сообщения, пресс-релизы, дайджесты, статьи и другие информационно-рекламные материалы.

5. Организует и проводит брифинги, пресс-конференции, встречи с журналистами, другие мероприятия и акции информационно-рекламного характера с участием представителей СМИ и общественности, обеспечивает их комплексное информационное и организационное сопровождение.

6. Организует специальные мероприятия (презентации, выставки, конференции, круглые столы, семинары, юбилеи, конкурсы и проч.), обеспечивает организацию и анализ эффективности мероприятий.

7. Проводит систематический анализ общественного мнения и информационного поля в регионе, реакции целевых аудиторий на деятельность компании. Организует планирование, коррекцию деятельности и разработку мероприятий в соответствии с изменяющейся средой и основными целями работы.

8. Готовит информационно-справочные и аналитические материалы по вопросам, входящим в компетенцию специалиста, в том числе ежемесячный мониторинг электронных и печатных СМИ регионального уровня о компании, партнерах, конкурентах.

9. Обеспечивает взаимодействие внутренних структурных подразделений организации при совместной деятельности, участвует в подготовке информационно-аналитических материалов для внутреннего пользования.

10. Размещает и обновляет информационные материалы на сайте компании в Интернет в соответствии с перечнем разделов информационной структуры компании.

11. Формирует банк фото и видеоданных о работе компании.

12. Осуществляет контроль за подготовкой и исполнением договоров и контрактов по информационному, рекламному, организационному и финансовому обеспечению программ и мероприятий. Ведет делопроизводство и хранение документов в порядке, установленном региональным предприятием.

Вопросы: Какие из приведенных ниже навыков требуются специалисту по общественным отношениям для выполнения возложенных на него обязанностей в первую очередь:

- написание и редактирование сообщений, статей и др.;
- исследования и сбор информации;
- управление и администрирование;
- связи со СМИ;
- консультирование;
- устные выступления;
- организация и проведение различных мероприятий;
- производство информационных материалов;
- обучение.

Какие из обязанностей из приведенного перечня занимают, на ваш взгляд, больше всего времени в работе специалиста по связям с общественностью?

Тема 6. Организация и проведение кампании в сфере общественных отношений

Перечень вопросов для собеседования

1. Каковы основные цели и задачи кампании в сфере общественных отношений? 2. Приведите классификацию кампаний в сфере общественных отношений.
3. Расшифруйте формулу RACE.
4. Дайте краткую характеристику основных этапов кампании в сфере общественных отношений.
5. Какие ресурсы необходимо учитывать для осуществления PR-деятельности?
6. В чем заключается сущность оценки эффективности PR-кампании с помощью EAV?

Практическое задание

1. Разработать PR-кампанию по предложенной теме.

Задачи:

1. Обозначить этапы PR-кампании с подробным их описанием. Представить универсальную PR-кампанию с возможностью применения в любом регионе.
2. В рамках PR-кампании уделить внимание способам взаимодействия с потребителями.
3. Разработать систему оценки эффективности PR-кампании и составить календарный план.
4. Проанализируйте и обобщите разновидности информационных средств и материалов института (газета, web-сайт, рекламные передачи на телевидении и др.). Сделайте выводы об их эффективности, сформулируйте свои предложения по улучшению работы с вузовской общественностью (3–5 стр.).

Тема 7. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации

Перечень вопросов для собеседования

1. Дайте краткую характеристику основных видов СМИ.
2. Каковы принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественных отношений?

Задача

Пресс-релиз

30 ноября 2001 г.

Фабрика «Крафт Фудс» отмечает годовщину своего открытия

Ленинградская область. 30 ноября 2001 г. на фабрике «Крафт Фудс» состоялась торжественная церемония, посвященная празднованию первой годовщины со дня открытия этого современного предприятия.

Фабрика в Горелово стала семнадцатой кофейной фабрикой компании «Крафт Фудс» в Европе.

Общий объем инвестиций в реализацию этого проекта составил около 10 миллионов долларов США.

На фабрике установлено самое современное оборудование, что позволяет считать ее одной из самых оснащенных кофейных фабрик компании в Европе. Выход фабрики на полную мощность осуществляется успешнее, чем ожидалось. Фактический объем производства на сегодня уже превысил план выпуска на 2020 г. на 10 %. Объем производства Maxwell Hous в жестяной упаковке в два раз превысил намеченные показатели.

На сегодняшний день на фабрике упаковывают следующие виды растворимого кофе: Jacobs Monarch, Jacobs&Day (без кофеина), Jacobs Maxima, Jacobs Everyday и Maxwell House. В ближайшее время компания намерена расширить ассортимент выпускаемой продукции за счет ввода кофе со сливками и с сахаром «Капучино» и «3 в 1». Новый напиток будет выпускаться под торговыми марками Jacobs и Maxwell House. Запуск линии намечен на февраль 2021 г.

«Высокие результаты, которых добилась компания за год работы, стали возможны во многом благодаря коллективу высококвалифицированных специалистов, работающих на «Крафт Фудс», – отмечает директор фабрики Михаил Сахнов. Сейчас здесь трудится 86 человек.

Компания «Крафт Фудс» активно участвует в жизни общества, большое внимание уделяет поддержке социально значимых проектов. Так, в январе фабрика оборудовала компьютерный класс в средней школе деревни Низино, в мае совместно с «Фили Мори Ижора» был устроен праздничный обед в честь Дня Победы для 300 ветеранов области, а в июле компания приняла участие в проекте «Мир без наркотиков».

В данном тексте пресс-релиза определите:

- объект ПР-текста;
- характер содержащейся ПР-информации и ее признаки;
- признаки ПР-текста;
- возможные источники;
- ошибки при составлении пресс-релиза.

2. Составьте кроссворд из терминов по теме.

Темы докладов и сообщений

1. Виды прессы: общенациональная, региональная и местная.
2. Различие газет по тематике и ориентированности на сегменты аудитории.
3. Специфика иллюстрированных журналов.
4. Ленты новостей в интернете: характерные особенности.
5. Основные направления деятельности информационных агентств.

Тема 8. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации

Перечень вопросов для собеседования

1. Дайте определение понятия «информационный повод».
2. Охарактеризуйте основные приемы конструирования новостной информации.
3. Каковы основные механизмы управления новостной информацией?
4. Какие требования предъявляются к PR-текстам?

Практическое задание

1. Разработайте событийно-новостной ряд с целью получения оптимальных информационных выходов по следующим информационным поводам:

- а) Возможное повышение цен на коммунальные услуги на 10%.
- б) Открытие новой областной больницы (в ходе предвыборной кампании).
- в) Прохождение на следующей неделе в городе международного семинара по проблеме «отцы и дети».

2. Проанализируйте материалы региональных СМИ с точки зрения выявления примеров использования каких-либо приемов управления информацией. Какие из приемов используются наиболее часто?

Тема 9. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью

Перечень вопросов для собеседования

1. Дайте характеристику основных видов документов для внешней и внутренней общности.
2. Какие специальные мероприятия организуются для внешней и внутренней общности? Дайте их характеристику.
3. Какие специальные методы используются при взаимодействии с внешней общностью?

Практическое задание

1. Ознакомьтесь с отрывками из писем предпринимателям с просьбой о пожертвовании. Какие из них Вы считаете удачными? Почему?

«Обращаемся к Вам за спонсорством, потому что бог велел делиться...»

«Нам никто никогда не помогал и ничего не давал и не даст, наверное...»

«Основная задача организации - сигнализировать о нуждающихся, а на это тоже деньги нужны...»

«Нет, на культуре нельзя экономить, поэтому помогите нам купить микрофон и усилительную аппаратуру: душа музыки просит!»

«Прислать подробную информацию о нашей организации не можем, потому что у нас нет рекламных листов, но все, что захотите, можем рассказать по телефону...»

«Наше сотрудничество с Вами будет развиваться следующим образом...»

«Финансовое положение нашего общества весьма прозрачно: есть текущий счет и круглая печать, а денег на нем нет...»

«Если Вы станете нашим спонсором, мы сделаем Вам хорошую рекламу, ведь наша организация успешно торгует рыбопродуктами...»

«Срочно подтвердите получение от нас письма с обращением к Вам за благотворительной помощью...»

«На Ваши деньги мы решим нашу главную задачу - раскрепостить общение между членами клуба и сделать его более тесным...»

2. Представьте, что вы являетесь сотрудником PR-агентства, который на добровольных началах принимает участие в благотворительной деятельности. Проанализируйте и оцените пути и возможности сбора финансовой помощи (которую вы рассчитываете получить от бизнес-сообщества и широкой общественности) на проведение запланированного вами благотворительного мероприятия.

Кто является вашей целевой аудиторией (или аудиториями) и какая деятельность, по вашему мнению, вызовет наибольший отклик у вашей аудитории? Как вы будете общаться с вашими целевыми аудиториями?

Каковы ваши задачи? Действительно ли эти задачи одинаковы для каждой из определенных вами целевых аудиторий?

Тема 10. Имидж как средство общественных отношений

Перечень вопросов для собеседования

1. Какую роль играет имидж в сфере общественных отношений?
2. Назовите основные характеристики персонального имиджа.
3. Каковы составляющие и законы функционирования корпоративного имиджа.
4. Охарактеризуйте основные технологии формирования, коррекции и модификации имиджа.

Практическое задание

1. Проанализируйте следующие ситуации.

A). Маргарет Тетчер было трудно получить политическое признание в стране со столь консервативными порядками. Поэтому её имиджмейкеры пристальное внимание

уделяли выбору интерьеров: большинство её телевыступлений были сняты в домашней обстановке на фоне зажжённого камина, что чисто в английском классическом духе.

Б). Американские исследователи в области имиджа убедились в эффекте аплодисментов при публичных выступлениях. Поэтому в аудиториях, где выступает президент, всегда есть «группа поддержки». Например, на традиционном обращении к американской нации 29 января 2002 года Буш говорил 45 минут. За это время его речь 77 раз прерывалась бурными аплодисментами.

В). В царствование Елизаветы Петровны существовала цензура на портреты императрицы. Высочайшим указом был утверждён образец её изображения живописцами.

Г). В дебатах между Никсоном и Кеннеди (1960 г.), по мнению большинства, Никсон проиграл сами дебаты, следовательно, и совсем близкие выборы по следующим причинам: из-за его внешнего вида (характерные позы), из-за манеры его поведения (глаза, нервная испарина на лбу), из-за звучания его голоса (нервного) и т.д. Как отмечали специалисты, телевизионная камера безжалостно фиксировала все его недостатки. Эксперты сообщали также, что у Кеннеди были весьма квалифицированные специалисты, которые помогли создать более выгодный имидж. Во время дебатов, радиослушатели отдали предпочтение Никсону, а телезрители заметили существенные недостатки – голос, внешность, манеры и это помешало им сосредоточиться на содержании выступления. В результате телезрители отдали предпочтение Кеннеди.

2. Разработайте варианты имиджа, целесообразные с точки зрения различных структурных подразделений организации: производственного, маркетингового, финансового отделов и отдела по связям с общественностью. Постарайтесь определить, какой суммарный имидж организации сложился бы при реализации предложенных вами вариантов

Темы докладов и сообщений

1. Конструирование персонального имиджа.
2. Имидж известного политика (бизнесмена, спортсмена и т.д.).
3. Перспективы монархической формы правления в современном мире.
4. Роль корпоративной философии и фирменной истории в формировании имиджа организации.
5. Корпоративная идеология.

Тема 11. Антикризисные общественные отношения

Перечень вопросов для собеседования

1. Дайте определение понятия «кризис» и назовите основные причины, вызывающие кризис.
2. Каковы основные составляющие антикризисной программы в сфере общественных отношений?
3. Дайте характеристику основных этапов процедурных технологий (фасилитации, переговоров, медиации).

Практическое задание

1. Выделите типичные ошибки PR-деятельности в кризисных ситуациях.
2. Ознакомьтесь с классификацией кризисов, предложенной Отто Лербингером. Приведите по 3-4 примера на каждую категорию.
3. Некоторые задачи и проблемы самого различного характера могут быть эффективно решены при использовании публич рилейшнз. В некоторых регионах России наблюдается конфликт между городскими властями и коммерческими фирмами, осуществляющими пассажирские перевозки по городским маршрутам. Одна (регулирующая) сторона считает, что предприниматели утаивают часть выручки, так как не выдают пассажирам талоны на проезд. Другая – что налогооблагаемая база необоснованно завышена. Возможно ли разрешение данной конфликтной ситуации при помощи связей с общественностью? Если да, то каким образом? Позитивные или

негативные методы воздействия следует признать более перспективными при разрешении аналогичных ситуаций?

4. Разработайте и представьте эффективную антикризисную программу.
5. Составить кроссворд из терминов по теме.

Тема 12. Общественные отношения в государственном секторе

Перечень вопросов для собеседования

1. Каковы основные тенденции и проблемы развития информационной политики в РФ?
2. Какова специфика общественных отношений как составляющей избирательной кампании?
3. Какие каналы коммуникаций используются кандидатов при взаимодействии с избирателями?

Практическое задание

1. *Место действия:* моногород в Европейской части РФ с населением около 30 тыс. человек; большинство трудоспособных жителей занято на текстильной фабрике (градообразующее предприятие) и в муниципальных учреждениях (больницы, дет. сады, школы, ДК); демографическая ситуация – неблагоприятная (отток молодежи в областной центр); стабильно высокий уровень правонарушений; в розничной торговле и общепите высока доля предпринимателей из азербайджанской и армянской диаспор; жилищно-коммунальная инфраструктура требует существенной модернизации; вопрос о приватизированной собственности в городе урегулирован – 15% текстильной фабрики находится в муниципальной собственности, 85% - у нескольких крупных частных акционеров; отношения между региональной и местной властью выстроены в общем взаимовыгодные (лояльность городских властей в обмен на дотации из областного бюджета).

Ситуация: Несмотря на отлаженность взаимодействия мэра, занимающего свой пост уже 8 лет, и главы региона, в окружении последнего высказываются опасения по поводу растущего недовольства населения из-за отсутствия каких-либо улучшений в жизни города, что связывается с фактическим бездействием городских властей. В этих условиях возникает запрос на новых лиц, готовых идти во власть. Губернатор готов поддержать любого кандидата, который недвусмысленно даст понять о своей лояльности к нему и в то же время продемонстрирует свою привлекательность для основной части городского электората.

Задание: Есть несколько возможных кандидатур, способных заменить действующего мэра на его посту. Они обладают различными личностными и социальными характеристиками. В отношении каждого из них следует решить несколько задач

1. Выявите ключевые целевые аудитории – объекты предвыборной кампании кандидата («свой» электорат).
2. Разработайте базовую имиджевую модель с учетом особенностей вашего кандидата и его потенциальных избирателей.
3. Предложите программу мероприятий по внедрению разработанного имиджа кандидата в сознание избирателей.
4. Выявите потенциальные угрозы имиджу (слабые стороны кандидата, на которых могут «сыграть» конкуренты) и предложите меры по их нейтрализации.

Кандидат №1. Мужчина, русский, 43 года; действующий председатель городского Совета депутатов; ранее работал начальником департамента ТЭК в обл. администрации; высшее образование; руководитель первичной ячейки партии «Единая Россия»; женат, двое детей.

Кандидат №2. Мужчина, русско-армянского происхождения, 47 лет; родился и вырос в указанном городе, учился в Москве (высшее образование); директор городского вещевого рынка; имеет авторитет в армянской диаспоре, связи с корпусом городских депутатов и в гор. администрации; в торговом бизнесе – почти 25 лет; в давнем прошлом

имел некоторые проблемы с законом (считался членом местной армянской ОПГ); женат, 3 детей; занимается благотворительностью.

Кандидат №3. Женщина, русская, 39 лет; в прошлом – заместитель исполнительного директора текстильной фабрики; в настоящее время – директор одной из самых крупных компаний в сфере управления ЖКХ (обслуживает дома в центре города и в «спальных» районах рядом с промзоной); возглавляет НКО «Городской родительский комитет»; образование – высшее (заочно); замужем, 2 детей.

Кандидат №4. Мужчина, русский, 35 лет; директор единственного в городе колледжа (подготовка по инженерным и экономическим специальностям); учился в областном университете, после – срочная и контрактная служба в армии (10 лет), офицер запаса; женат, второй брак, детей не имеет; принимает активное участие в общественных мероприятиях по благоустройству городской среды; сотрудничает с областным центром патриотического воспитания (курирует его деятельность в городе).

Перечень тем исследовательских работ

1. Истоки и история развития публичных рилейшнз.
2. Айви Ли как основоположник современных PR.
3. Вербальный имидж государственного/муниципального служащего.
4. Взаимодействие органов государственного/муниципального управления с лидерами общественного мнения.
5. Главные направления деятельности PR-структур в органах государственного и муниципального управления.
6. Закон РФ «О выборах Президента Российской Федерации» и проведение выборной кампании.
7. Закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и PR-деятельность в России.
8. Закон РФ «О средствах массовой информации» и PR-деятельность в России.
9. Кинетический имидж государственного/муниципального служащего.
10. Критерии эффективности предвыборных действий в избирательных кампаниях.
11. Медиапланирование PR-мероприятий.
12. Международные PR-организации: их функции и принципы деятельности
13. PR-деятельность по налаживанию отношений между различными государственными и муниципальными структурами управления.
14. Особенности и эффективность PR-информации структуры государственного/муниципального управления.
15. Особенности работы специалиста по PR с государственными и муниципальными служащими.
16. Перспективы использования PR в государственном и муниципальном управлении.
17. PR и маркетинг в деятельности органов государственного/муниципального управления.
18. PR и пропаганда – проблемы их использования государственными/муниципальными органами управления.
19. Применение PR-технологий органами государственного/муниципального управления в экстремальных, кризисных ситуациях.
20. Проблемы и методы изучения общественного мнения.
21. Профессиональный и личностный имиджи государственного/муниципального служащего.
22. Связи с общественностью государственных и муниципальных структур.
23. Средовой имидж государственного/муниципального служащего.
24. Технологии и этапы формирования положительного имиджа государственного/муниципального служащего.
25. «Эпоха жареных фактов» как исторический этап развития PR в США.

Тестовые задания

1. PR-это использование информации для влияния на:
 - 0) общественное мнение
 - 1) государственные органы власти
 - 2) средства массовой информации
 - 3) покупателей
2. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается видом профессиональной деятельности?
 - 0) с начала XVIII века
 - 1) с начала XIX века
 - 2) с начала XX века
 - 3) с начала XXI века
3. Какой из указанных ниже этапов не является этапом эволюции PR?
 - 0) Эра манипулирования
 - 1) Эра информирования
 - 2) Эра убеждения
 - 3) Эра Интернет-технологий
4. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?
 - 0) информация
 - 1) законодательные акты
 - 2) коммерческие организации
 - 3) подручные средства.
5. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?
 - 0) Томасом Джефферсоном
 - 1) Деном Форрестолом
 - 2) Джоржем Бушем младшим
 - 3) Семом Блейком
6. Что является целью PR?
 - 0) изменение общественного мнения
 - 1) повышение уровня продаж
 - 2) доведение информации до потребителей
 - 3) повышение рейтинга компании
7. Что является объектом PR?
 - 0) средства массовой информации
 - 1) общество
 - 2) информация
 - 3) коммерческие организации
8. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?
 - 0) государственные предприятия
 - 1) общество
 - 2) органы государственной власти
 - 3) коммерческие организации
9. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:
 - 0) создание собственного имиджа
 - 1) изучение общественного мнения
 - 2) экономический анализ предприятия
 - 3) улучшение производственных отношений
10. Какая функция из перечисленных ниже свойственна PR:
 - 0) получение сырья из внешнего окружения
 - 1) экономический анализ предприятия
 - 2) строительство нового жилья для военнослужащих
 - 3) формирование имиджа
11. Какая функция из нижеуказанных является функцией системы информационного управления?

- 0) Управление персоналом
- 1) Управление информационными потоками
- 2) Управление технологическими связями.
- 3) Управление складскими запасами.

12. Какая задача из перечисленных ниже является задачей государственной информационной политики?

- 0) Создание новых рабочих мест
- 1) Изменение стереотипов
- 2) Модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры
- 3) Создание собственного имиджа

13. Информационное управление-это:

- 0) Система мер реализации программы информационного обеспечения PR.
- 1) Система мер реализации государственной информационной политики
- 2) Система мер реализации национальных проектов
- 3) Система мер реализации государственной политики в области СМИ.

14. Совокупность целей, отражающих национальные интересы России в информационной среде, стратегических направлений их достижения и системы мер их реализации - это:

- 0) Задачи государственной информационной политики
- 1) Информационное управление
- 2) Государственная информационная политика.
- 3) Политика СМИ.

15. Целью концепции государственной информационной политики РФ является:

0) Определение этических норм профессиональной деятельности информационных специалистов

- 1) Определение российского пути построения информационного общества
- 2) Определение российского пути развития СМИ.
- 3) Установление норм и правил PR деятельности

16. Двусторонний симметричный PR -это:

- 0) метод интервью 1) способ приема информации
- 2) политика в сфере PR
- 3) модель коммуникации с общественностью

17. Процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию-это:

- 0) определение PR
- 1) определение информационной политики
- 2) определение коммуникаций
- 3) определение информации

18. Методы осуществления PR в рамках определенной коммуникационной модели - это:

- 0) определение PR-акции
- 1) определение PR-коммуникации
- 2) определение PR-стратегии
- 3) определение функции PR

19. Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются:

- 0) средства массовой информации
- 1) средства связи
- 2) службы PR
- 3) общественность

20. Что из перечисленного ниже не является компонентом PR коммуникации?

- 0) содержание сообщения
- 1) средства передачи сообщения
- 2) личность, передающее сообщение
- 3) личность, принимающее сообщение

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации
а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-1: Способен координировать и контролировать деятельность по реализации мероприятий в социальной сфере		
-1.1	<p><i>ПК</i></p> <p><i>Оценивает и решает профессиональные задачи в области организации социальной политики в государственных и муниципальных органах власти, государственных и муниципальных организациях</i></p>	<p>Перечень вопросов к зачету с оценкой</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определение и система общественных отношений. 2. Функциональный и функционерский подходы к общественным отношениям. 3. Многообразие определений понятия «общественные отношения». 4. История становления общественных отношений как сферы деятельности. 5. Правовое регулирование сферы общественных отношений за рубежом. 6. Правовое регулирование общественных отношений в России. 7. Международные и национальные сообщества в сфере общественных отношений. 8. Этические хартии, кодексы и декларации в сфере общественных отношений. 9. Коммуникативная модель общественных отношений. 10. Коммуникативные каналы в сфере общественных отношений и их емкость. 11. Понятие и основные признаки общественности. 12. Типология групп общественности. 13. Целевые и приоритетные группы общественности. 14. Сущность и основные функции общественного мнения. 15. Характерные особенности общественного мнения. 16. Структура, субъект и объект общественного мнения. 17. Способы и механизмы управления общественным мнением. 18. Основные сферы деятельности и роль специалиста по общественным отношениям. 19. Функции и основные направления деятельности подразделения по общественным отношениям. 20. Консультирование в сфере общественных отношений. 21. Виды агентств по деятельности в сфере общественных отношений. 22. Определение и задачи кампании в сфере общественных отношений.

		<p>23. Исследования в сфере общественных отношений.</p> <p>24. Планирование кампании в сфере общественных отношений.</p> <p>25. Практическая реализация кампании в сфере общественных отношений.</p> <p>26. Методики оценки кампании в сфере общественных отношений.</p> <p>27. Средства массовой информации и правила их использования в сфере общественных отношений.</p> <p>28. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественных отношений.</p> <p>29. Организационные формы взаимодействия со СМИ.</p> <p>30. Пресс-посредничество как важнейший метод работы в сфере общественных отношений.</p> <p>31. Новостная информация: определение, классификация, основной и дополнительный вес новости.</p> <p>32. Приемы конструирования новостной информации.</p> <p>33. Механизмы управления новостной информацией.</p> <p>34. Формы подачи информационно-новостных материалов.</p> <p>35. Мероприятия для СМИ.</p> <p>36. Документальные материалы для СМИ.</p> <p>37. Виды документов для внешней и внутренней общественности.</p> <p>38. Специальные мероприятия в сфере общественных отношений. 39. Специальные методы в сфере общественных отношений.</p> <p>40. Внутрикorporативные мероприятия и документы в сфере общественных отношений.</p> <p>41. Понятие и роль имиджа в сфере общественных отношений.</p> <p>42. Уровни и разновидности имиджа.</p> <p>43. Особенности персонального имиджа в органах власти.</p> <p>44. Особенности корпоративного имиджа.</p> <p>45. Основные технологии и проблемы формирования имиджа.</p> <p>46. Деятельность в сфере общественных отношений в условиях подготовки к кризисам и во время их развития.</p> <p>47. Основные части антикризисной программы в сфере общественных отношений.</p> <p>48. Информационная политика Российской Федерации.</p> <p>49. Общественные отношения как неотъемлемая часть избирательных технологий.</p> <p>50. Избирательные технологии в сфере общественных отношений.</p>
-1.2	<p><i>ПК</i></p> <p><i>Осуществляет контроль реализации мероприятий социальной политики сотрудниками государственных и</i></p>	<p>Перечень тем исследовательских работ</p> <p>1. Истоки и история развития публичных отношений.</p> <p>2. Айви Ли как основоположник современных PR.</p> <p>3. Вербальный имидж государственного/муниципального служащего.</p> <p>4. Взаимодействие органов</p>

	<p><i>муниципальных органов власти</i></p>	<p>государственного/муниципального управления с лидерами общественного мнения.</p> <p>5. Главные направлений деятельности PR-структур в органах государственного и муниципального управления.</p> <p>6. Закон РФ «О выборах Президента Российской Федерации» и проведение выборной кампании.</p> <p>7. Закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и PR-деятельность в России.</p> <p>8. Закон РФ «О средствах массовой информации» и PR -деятельность в России.</p> <p>9. Кинетический имидж государственного/муниципального служащего.</p> <p>10. Критерии эффективности предвыборных действий в избирательных кампаниях.</p> <p>11. Медиапланирование PR -мероприятий.</p> <p>12. Международные PR -организации: их функции и принципы деятельности</p> <p>13. PR-деятельность по налаживанию отношений между различными государственными и муниципальными структурами управления.</p> <p>14. Особенности и эффективность PR-информации структуры государственного/муниципального управления.</p> <p>15. Особенности работы специалиста по PR с государственными и муниципальными служащими.</p> <p>16. Перспективы использования PR в государственном и муниципальном управлении.</p> <p>17. PR и маркетинг в деятельности органов государственного/муниципального управления.</p> <p>18. PR и пропаганда – проблемы их использования государственными/муниципальными органами управления.</p> <p>19. Применение PR-технологий органами государственного/муниципального управления в экстремальных, кризисных ситуациях.</p> <p>20. Проблемы и методы изучения общественного мнения.</p> <p>21. Профессиональный и личностный имиджи государственного/муниципального служащего.</p> <p>22. Связи с общественностью государственных и муниципальных структур.</p> <p>23. Средовой имидж государственного/муниципального служащего.</p> <p>24. Технологии и этапы формирования положительного имиджа государственного/муниципального служащего.</p> <p>25. «Эпоха жареных фактов» как исторический этап развития PR в США.</p>
--	--	---

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление общественными отношениями» включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме зачета с оценкой.

Зачет с оценкой по данной дисциплине проводится в устной форме по вопросам, каждый из которых включает 2 теоретических вопроса и одно практическое задание.

Показатели и критерии оценивания зачета с оценкой:

– на оценку **«отлично»** (5 баллов) – обучающийся демонстрирует высокий уровень сформированности компетенций, всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, свободно выполняет практические задания, свободно оперирует знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

– на оценку **«хорошо»** (4 балла) – обучающийся демонстрирует средний уровень сформированности компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

– на оценку **«удовлетворительно»** (3 балла) – обучающийся демонстрирует пороговый уровень сформированности компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

– на оценку **«неудовлетворительно»** (2 балла) – обучающийся демонстрирует знания не более 20% теоретического материала, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

– на оценку **«неудовлетворительно»** (1 балл) – обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

Конспект лекции. Смысл присутствия студента на лекции заключается во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.

- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.

- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и записать часть информации. По окончании занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.

- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помещать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.

- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то придумайте собственные сокращения.

- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.

- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

Подготовка к семинарским занятиям. Семинар – один из основных видов практических занятий по гуманитарным дисциплинам. Он предназначен для углубленного

изучения отдельных тем и курсов. По форме проведения семинары обычно представляют собой решение задач, обсуждение докладов, беседу по плану или дискуссию по проблеме.

Подготовка к занятиям заключается, прежде всего, в освоении того теоретического материала, который выносится на обсуждение. Для этого необходимо в первую очередь перечитать конспект лекции или разделы учебника, в которых присутствует установочная информация. Изучение рекомендованной литературы необходимо сделать максимально творчески – не просто укладывая в память новые сведения, а осмысливая и анализируя материал. Закрепить свои знания можно с помощью записей, выписок или тезисного конспекта.

Если семинар представлен докладами, то основная ответственность за его проведение лежит на докладчиках. Как сделать это успешно смотрите в разделе «Доклад». Однако роль остальных участников семинара не должна быть пассивной. Студенты, прослушав доклад, записывают кратко главное его содержание и задают выступающему уточняющие вопросы. Чем более основательной была домашняя подготовка по теме, тем активнее происходит обсуждение проблемных вопросов. На семинаре всячески поощряется творческая, самостоятельная мысль, дается возможность высказать критические замечания.

Беседа по плану представляет собой заранее подготовленное совместное обсуждение вопросов темы каждым из участников. Эта форма потребует от студентов не только хорошей самостоятельной проработки теоретического материала, но и умение участвовать в коллективной дискуссии: кратко, четко и ясно формулировать и излагать свою точку зрения перед сокурсниками, отстаивать позицию в научном споре, присоединяться к чужому мнению или оппонировать другим участникам.

Реферат – самый простой и наименее самостоятельный вид письменной работы. Суть его состоит в кратком изложении содержащихся в научной литературе взглядов и идей по заданной теме. Реферат не требует оригинальности и новизны. В нем оценивается умение студента работать с книгой: выделять и формулировать проблему, отбирать основные тезисы и вспомогательные данные, логически выстраивать материал, грамотно оформлять научный текст.

Студентам предлагается два вида рефератных работ:

Реферирование научной литературы представляет собой сокращенное изложение содержания статьи или книги с основными сведениями и выводами. Такие рефераты актуальны тогда, когда в юридических источниках появляется новый теоретический или практический материал по изучаемой теме. От студента требуется, внимательно ознакомившись с первоисточником, максимально точно и полно передать его содержание. Для этого целесообразно выбрать форму последовательного изложения прочитанной книги, не меняя ее общий план и структуру (главы, разделы, параграфы). Необходимо сохранить логику повествования и позаботиться о связности текста. Авторские, оригинальные и новаторские мысли и идеи лучше передавать не своими словами, а с помощью цитирования. Объем реферата будет определяться содержанием источника, а также его научной и практической ценностью. Но в любом случае предпочтение отдается краткости и лаконичности, умению отбирать главное и освободиться от второстепенного.

Реферат по теме представляет обзор научных взглядов и концепций по проблемному вопросу в изучаемой теме.

- Если вам предложена тема такого реферата на выбор, то предпочтение следует отдать той, которая для вас интересна или знакома. Она не должна быть очень сложной и объемной, в противном случае реферат будет напоминать курсовую работу.

- Для подготовки реферата студенту необходимо самому или с участием преподавателя подобрать источники информации. Следует позаботиться, чтобы в вашем списке оказались не случайные, а ценные в информационном плане книги. Можно выполнить работу, обратившись и к одному источнику – пособию, монографии, исследованию. Но лучше, если вы обратитесь к двум-трем научным трудам – это позволит представить проблему с нескольких точек зрения и высказать личные предпочтения.

- Одним из главных критериев оценки реферата будет соответствие его содержания заявленной теме. Для этого бегло ознакомившись с первоисточниками составьте предварительный план будущего реферата, обозначив в нем принципиально важные моменты и этапы освещения проблемы. После того, как у вас появятся рабочие записи по результатам изучения научной литературы и обширная информация по теме в целом, можно будет скорректировать общий план реферата. Старайтесь при работе над ним тщательно избавляться от «излишеств»: всякого рода абстрактных рассуждений, чрезмерных подробностей и многочисленных примеров, которые «размывают» тему или уводят от неё.

Структура реферата включает в себя введение, основную часть и заключение. Во введении формулируются цели и задачи работы, ее актуальность. Основная часть представляет собой последовательное и аргументированное изложение различных точек зрения на проблему, ее анализ, предполагаемые пути решения. Заключение обобщает основные мысли или обосновывает перспективы дальнейшего исследования темы. Если реферат достаточно объемен, то потребуются разделение текста на разделы (главы, параграфы). Иллюстративный материал – таблицы, схемы, графики – могут располагаться как внутри основной части, так и в разделе «Приложение».

Объем реферата зависит от целей и задач, решаемых в работе – от 5 до 20 страниц машинописного текста через два интервала. Если в задании, выданном преподавателем объем не оговаривается, то следует исходить из разумной целесообразности.

В реферате в обязательном порядке размещаются титульный лист, план или оглавление работы, а также список используемой литературы.

Обычно реферат может зачитывается как письменная работа, но некоторые преподаватели практикуют публичную защиту рефератов или их «озвучивание» на семинарских занятиях. В этом случае необходимо приложить дополнительные усилия для подготовки публичного выступления по материалам рефератной работы.

Доклад представляет собой устную форму сообщения информации. Он используется в вузе на семинарских занятиях и на научных студенческих конференциях.

Подготовка доклада осуществляется в два этапа: написание письменного текста на заданную тему и подготовка устного выступления перед аудиторией слушателей с освещением этой темы. Письменный доклад оформляется как реферат.

При работе над докладом следует учесть некоторые специфические особенности:

- Объем доклада должен согласовываться со временем, отведенным для выступления.

- При выборе темы нужно учитывать не только собственные интересы, но и интересы потенциальных слушателей. Ваше сообщение необходимо согласовывать с уровнем знаний и потребностей публики.

- Подготовленный текст доклада должен хорошо восприниматься на слух. Даже если отобранный вами материал сложен и неоднозначен, говорить желательно просто и ясно, не перегружая речь наукообразными оборотами и специфическими терминами.

Следует отметить, что иногда преподаватель не требует от студентов письменного варианта доклада и оценивает их работу исключительно по устному выступлению. Но значительно чаще письменный доклад проверяется и его качество также оценивается в баллах. Вне зависимости от того, нужно или не нужно будет сдавать на проверку текст будущего выступления, советуем не отказываться от письменной записи доклада. Это поможет избежать многих ошибок, которые случаются во время устной импровизации: отклонение от темы, нарушения логической последовательности, небрежное обращение с цитатами, злоупотребление деталями и т.д. Если вы хорошо владеете навыками свободной речи и обладаете высокой культурой мышления, то замените письменный доклад составлением тезисного плана. С его помощью зафиксируйте основные мысли и идеи, выстройте логику повествования, отберите яркие и точные примеры, сформулируйте выводы.

При подготовке к устному выступлению возьмите на вооружение некоторые советы:

- Лучший вариант выступления перед аудиторией – это свободная речь, не осложненная чтением текста. Но если у вас не выработано умение общаться с публикой без бумажки, то не пытайтесь сделать это сразу, без подготовки. Осваивать этот опыт нужно постепенно, от доклада к докладу увеличивая объем речи без заглядывания в текст.

- Если вы намерены считать доклад с заготовленных письменных записей, то постарайтесь, чтобы чтение было «художественным»: обозначайте паузой логические переходы от части к части, выделяйте интонационно особо важные мысли и аргументы, варьируйте темп речи.

- Читая доклад, не торопитесь, делайте это как можно спокойнее. Помните, что скорость произношения текста перед слушателями всегда должна быть более медленной, чем скорость вашей повседневной речи.

- Сверьте письменный текст с хронометром, для этого прочитайте его несколько раз с секундомером в руках. В случае, если доклад окажется слишком длинным или коротким, проведите его реконструкцию. Однако вместе с сокращениями или дополнениями не «потеряйте» тему. Не поддавайтесь искушению рассказать все, что знаете – полно и подробно.

- Обратите внимание на тембр и силу вашего голоса. Очень важно, чтобы вас было слышно в самых отдаленных частях аудитории, и при этом вы не «глушили» вблизи вас находящихся слушателей. Варьируйте тембр речи, он придаст ей выразительность и поможет избежать монотонности.

- Следите за своими жестами. Чрезмерная жестикация отвлекает от содержания доклада, а полное ее отсутствие снижает действенную силу выступления. Постарайтесь избавиться от жестов, демонстрирующих ваше волнение (когда крутятся ручки, теребятся пуговицы, заламываются пальцы). Используйте жесты – выразительные, описательные, подражательные, указующие – для полноты передачи ваших мыслей.

- Установите зрительный контакт с аудиторией. Не стоит все время смотреть в окно, опускать глаза или сосредотачиваться на тексте. Старайтесь зрительно общаться со всеми слушателями, переводя взгляд от одних к другим. Не обращайтесь к аудитории, опоздавшим и не прерывайте свой доклад замечаниями. Но вместе с тем следите за реакцией публики на ваше выступление (одобрение, усталость, интерес, скуку) и если сможете, вносите коррективы в речь с целью повышения интереса к его содержанию.

- Отвечать на вопросы в конце выступления надо кратко, четко и уверенно, без лишних подробностей и повторов. Постарайтесь предугадать возможные вопросы своих слушателей и подготовиться к ним заранее. Но если случится, что вы не знаете ответа на заданный вам вопрос, не бойтесь в этом признаться. Это значительно лучше, чем отвечать не по существу или отшучиваться.

- Проведите генеральную репетицию своего доклада перед друзьями или близкими. Это поможет заранее выявить некоторые недостатки – стилистически слабые места, труднопроизносимые слова и фразы, затянутые во времени части и т.д. Проанализируйте свою дикцию, интонации, жесты. Сделайте так, чтобы они помогали, а не мешали успешно представить публике подготовленный вами доклад.

Презентация – современный способ устного или письменного представления информации с использованием мультимедийных технологий.

Существует несколько вариантов презентаций.

- Презентация с выступлением докладчика
- Презентация с комментариями докладчика
- Презентация для самостоятельного просмотра, которая может демонстрироваться перед аудиторией без участия докладчика.

Подготовка презентации включает в себя несколько этапов:

1. Планирование презентации

От ответов на эти вопросы будет зависеть всё построение презентации:

- каково предназначение и смысл презентации (демонстрация результатов научной работы, защита дипломного проекта и т.д.);

- какую роль будет выполнять презентация в ходе выступления (сопровождение доклада или его иллюстрация);
- какова цель презентации (информирование, убеждение или анализ);
- на какое время рассчитана презентация (короткое - 5-10 минут или продолжительное - 15-20 минут);
- каков размер и состав зрительской аудитории (10-15 человек или 80-100; преподаватели, студенты или смешенная аудитория).

2. Структурирование информации

- в презентации не должна быть менее 10 слайдов, а общее их количество превышать 20 - 25.
- основными принципами при составлении презентации должны быть ясность, наглядность, логичность и запоминаемость;
- презентация должна иметь сценарий и четкую структуру, в которой будут отражены все причинно-следственные связи,
- работа над презентацией начинается после тщательного обдумывания и написания текста доклада, который необходимо разбить на фрагменты и обозначить связанные с каждым из них задачи и действия;
- первый шаг – это определение главной идеи, вокруг которой будет строиться презентация;
- часть информации можно перевести в два типа наглядных пособий: текстовые, которые помогут слушателям следить за ходом развертывания аргументов и графические, которые иллюстрируют главные пункты выступления и создают эмоциональные образы.
- сюжеты презентации могут разъяснять или иллюстрировать основные положения доклада в самых разнообразных вариантах.

Очень важно найти правильный баланс между речью докладчика и сопровождающими её мультимедийными элементами.

Для этого целесообразно:

- определить, что будет представлено на каждом слайде, что будет в это время говориться, как будет сделан переход к следующему слайду;
- самые важные идеи и мысли отразить и на слайдах и произнести словами, тогда как второстепенные – либо словами, либо на слайдах;
- информацию на слайдах представить в виде тезисов – они сопровождают подробное изложение мыслей выступающего, а не наоборот;
- для разъяснения положений доклада использовать разные виды слайдов: с текстом, с таблицами, с диаграммами;
- любая презентация должна иметь собственную драматургию, в которой есть:

«завязка» - пробуждение интереса аудитории к теме сообщения (яркий наглядный пример);

«развитие» - демонстрация основной информации в логической последовательности (чередование текстовых и графических слайдов);

«кульминация» - представление самого главного, нового, неожиданного (эмоциональный речевой или иллюстративный образ);

«развязка» - формулирование выводов или практических рекомендаций (видеоряд).

3. Оформление презентации

Оформление презентации включает в себя следующую обязательную информацию:

Титульный лист

- представляет тему доклада и имя автора (или авторов);

- на защите курсовой или дипломной работы указывает фамилию и инициалы научного руководителя или организации;

- на конференциях обозначает дату и название конференции.

План выступления

- формулирует основное содержание доклада (3-4 пункта);
- фиксирует порядок изложения информации;

Содержание презентации

- включает текстовую и графическую информацию;
- иллюстрирует основные пункты сообщения;
- может представлять самостоятельный вариант доклада;

Завершение

- обобщает, подводит итоги, суммирует информацию;
- может включать список литературы к докладу;
- содержит слова благодарности аудитории.

4. Дизайн презентации

Текстовое оформление

- Не стоит заполнять слайд слишком большим объемом информации - лучше всего запоминаются не более 3-х фактов, выводов, определений.
- Оптимальное число строк на слайде – 6 -11.
- Короткие фразы запоминаются визуально лучше. Пункты перечней не должны превышать двух строк на фразу.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде
- Если текст состоит из нескольких абзацев, то необходимо установить красную строку и интервал между абзацами.
- Ключевые слова в информационном блоке выделяются цветом, шрифтом или композиционно.
- Информацию предпочтительнее располагать горизонтально, наиболее важную - в центре экрана.
- Не следует злоупотреблять большим количеством предлогов, наречий, прилагательных, вводных слов.
- Цифровые материалы лучше представить в виде графиков и диаграмм – таблицы с цифровыми данными на слайде воспринимаются плохо.
- Необходимо обратить внимание на грамотность написания текста. Ошибки во весь экран производят неприятное впечатление

Шрифтовое оформление

- Шрифты без засечек (Arial, Tahoma, Verdana) читаются легче, чем гротески. Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством размера шрифта, его толщины, начертания, формы, направления и цвета;
- Для заголовка годится размер шрифта 24-54 пункта, а для текста - 18-36 пунктов.
- Курсив, подчеркивание, жирный шрифт используются ограниченно, только для смыслового выделения фрагментов текста.
- Для основного текста не рекомендуются прописные буквы.

Цветовое оформление

- На одном слайде не используется более трех цветов: фон, заголовок, текст.
- Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать – текст должен хорошо читаться, но не резать глаза.
- Для фона предпочтительнее холодные тона.
- Существуют не сочетаемые комбинации цветов. Об этом можно узнать в специальной литературе.
- Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст. Белый на черном читается плохо.

- Если презентация большая, то есть смысл разделить её на части с помощью цвета – разный цвет способен создавать разный эмоциональный настрой.
 - Нельзя выбирать фон, который содержит активный рисунок.
- Композиционное оформление
- Следует соблюдать единый стиль оформления. Он может включать определенный шрифт (гарнитура и цвет), фон цвета или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и т.д.
 - Не приемлемы стили, которые будут отвлекать от презентации.
 - Крупные объекты в композиции смотрятся неважно.
 - Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должна преобладать над основной (текстом и иллюстрацией).
 - Для серьезной презентации отбираются шаблоны, выполненные в деловом стиле.

Анимационное оформление

- Основная роль анимации – дозирования информации. Аудитория, как правило, лучше воспринимает информацию порциями, небольшими зрительными фрагментами.
- Анимация используется для привлечения внимания или демонстрации развития какого-либо процесса
- Не стоит злоупотреблять анимационными эффектами, которые отвлекают от содержания или утомляют глаза читающего.
- Особенно нежелательно частое использование таких анимационных эффектов как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста.

Звуковое оформление

- Музыкальное сопровождение призвано отразить суть или подчеркнуть особенности темы слайда или всей презентации, создать определенный эмоциональный настрой.
- Музыку целесообразно включать тогда, когда презентация идет без словесного сопровождения.
- Звуковое сопровождение используется только по необходимости, поскольку даже фоновая тихая музыка создает излишний шум и мешает восприятию содержания.
- Необходимо выбрать оптимальную громкость, чтобы звук был слышан всем слушателем, но не был оглушительным.

Графическое оформление

- Рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать её в более наглядном виде.
- Нельзя представлять рисунки и фото плохого качества или с искаженными пропорциями.
- Желательно, чтобы изображение было не столько фоном, сколько иллюстрацией, равной по смыслу самому тексту, чтобы помочь по-новому понять и раскрыть его.
- Следует избегать некорректных иллюстраций, которые неправильно или двусмысленно отражают смысл информации.
- Необходимо позаботиться о равномерном и рациональном использовании пространства на слайде: если текст первичен, то текстовый фрагмент размещается в левом верхнем углу, а графический рисунок внизу справа и наоборот.
- Иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом. Подписи к картинкам лучше выполнять сбоку или снизу, если это только не название самого слайда.
- Если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Таблицы и схемы

- Не стоит вставлять в презентацию большие таблицы – они трудны для восприятия. Лучше заменить их графиками, построенными на основе этих таблиц.
- Если все же таблицу показать надо, то следует оставить как можно меньше строк и столбцов, отобрав и разместив только самые важные данные.
- При использовании схем на слайдах необходимо выровнять ряды блоков схемы, расстояние между блоками, добавить соединительные схемы при помощи инструментов Автофигур,
- При создании схем нужно учитывать связь между составными частями схемы: если они равнозначны, то заполняются одним шрифтом, фоном и текстом, если есть первостепенная информация, то она выделяется особым способом с помощью организационных диаграмм.

Аудио и видео оформление

- Видео, кино и теле материалы могут быть использованы полностью или фрагментарно в зависимости от целей, которые преследуются.
- Продолжительность фильма не должна превышать 15-25 минут, а фрагмента – 4-6 минут.
- Нельзя использовать два фильма на одном мероприятии, но показать фрагменты из двух фильмов вполне возможно.

Подготовка к зачёту / экзамену. Готовиться к зачёту / экзамену нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.
- Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.
- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала. Непосредственно при подготовке:
 - Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.
 - Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на зачет.
 - Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего
 - Разделите вопросы для зачёта / экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.
- Правильно используйте консультации, которые проводит преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информацию по содержанию всего курса.