

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Панарин Андрей Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 01.02.2025 11:24:59

Уникальный про

а5da3d9896e9d535380e3f9a7da4832154ef8302



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования

**«Московский психолого-социальный университет»**

Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)

Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (бессрочно)

факультет управления человеческими ресурсами

кафедра организационной психологии и психологии труда

**Фонд  
оценочных средств  
подисциплине**

**«Международная система коммерческих PR»**

**Уровень высшего образования**

**БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) – «Реклама и связи с общественностью в коммерческой  
сфере»

**Квалификация (степень) выпускника – бакалавр**

Форма обучения: очная

Москва

2025 год

## Лист согласований

Фонд оценочных средств дисциплины «Международная система коммерческих PR» предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры организационной психологии и психологии труда

протокол № 2 от «26» сентября 2024 г.

зав. кафедрой организационной психологии  
и психологии труда

Небродовская-Мазур Е.Ю.

Исполнитель:  
доцент кафедры  
и психологии труда



организационной психологии  
Матвеева И.П.



Согласовано:

Декан факультета  
управления человеческими ресурсами



Небродовская-Мазур Е.Ю.

Директор института психологии



Ефимова О.С.

**1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы  
УК-5.2; ПК-1.2**

<b>Код и описание компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<b>УК-5.</b> Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<b>УК-5.2</b> Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
<b>ПК-1.</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>ПК-1.2</b> Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

**ТИПОВЫЕ ИНСТРУКЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ**

<b>Тип задания</b>	<b>Инструкция</b>
Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких ответов	<b>Прочитайте текст и выберите правильный ответ (Если несколько ответов, то прочитайте текст и выберите правильные ответы)</b>
Задание закрытого типа на установление соответствия	<b>Прочитайте текст и установите соответствие</b>
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	<b>Прочитайте текст и установите последовательность</b>
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	<b>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</b>
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	<b>Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов</b>
Задания с развернутым ответом	<b>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</b>

**СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ**

<b>Тип задания</b>	<b>Указания по оцениванию</b>	<b>Результат оценивания</b>
--------------------	-------------------------------	-----------------------------

Задание закрытого типа на установление соответствия	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным если правильно установлены все соответствия	Верно/неверно
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Задание закрытого типа на установление правильной последовательности считается верным если правильно указываются все последовательности	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указан ответ и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором нескольких ответов из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указаны ответы и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания открытого типа с развернутым ответом	Задания открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталоном по содержанию и полноте.	Верно/неверно

**3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы**

**3.1. Задания для проведения текущего контроля обучающихся**

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
<p><b>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</b></p> <p><b>1. Научное направление, логической сердцевиной которого стало изучение коммуникативных неудач и их последствий в ситуациях межкультурного общения сформировалось:</b></p> <p>А. в 70-х гг. XX века  Б. в 60-х гг. XX века  В. в 70-х гг. XIX века  Г. в 90-х гг. XX века  Д. в 90-х гг. XIX века</p> <p><b>2. Основным объектом изучения в теории межкультурной коммуникации являются:</b></p>	<p><b>УК-5.2</b>  Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p><b>ПК-1.2</b>  Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных</p>	<p><b>Базовый</b>  <b>1-3</b>  <b>минуты</b></p>

<p>А. различия в особенностях культуры и общения у представителей различных народов, расовых и этнических групп</p> <p>Б. язык, кухня, традиции</p> <p>В. внешность</p> <p>Г. диалект</p> <p>Д. юмор</p> <p><b>3. Эмпатия – это:</b></p> <p>Б. способность понимать и разделять переживания другого человека через эмоциональное сопереживание</p> <p>В. процесс усвоения человеком культурных знаний ценностей, норм поведения и навыков.</p> <p>Г. терпимое и снисходительное отношение к чужим мнениям, обычаям, культуре.</p> <p>Д. процесс негативного восприятия традиций и ценностей чужой культуры.</p> <p>Е. форма общения людей посредством жестов, мимики, телодвижений.</p> <p><b>4. Укажите параметры наиболее существенных различий при межкультурном общении:</b></p> <p>А. язык, невербальные коды, мировоззрение, ролевые взаимоотношения, модели мышления</p> <p>Б. юмор, произношение</p> <p>В. кухня, дистанция, внешность</p> <p>Г. акцент, диалект, использование сленга</p> <p>Д. традиции, алфавит, прием пищи и ее количество</p> <p><b>5. Принадлежность индивида к какой-либо культуре или культурной группе, формирующая ценностное отношение человека к самому себе, другим людям, обществу и миру в целом. Это -</b></p> <p>А. культурная идентичность</p> <p>Б. эмпатия</p> <p>В. социальная норма</p> <p>Г. инкультурация</p> <p>Д. имитация</p> <p><b>6. Основным субъектом и объектом культуры выступает:</b></p> <p>А. человек</p> <p>Б. эмпатия</p> <p>В. социальная норма</p> <p>Г. инкультурация</p> <p>Д. язык</p> <p><b>7. Чем был вызван исследовательский интерес к проблемам общения в 1990-е годы?</b></p> <p>А. мощным развитием современных электронных средств связи и социально-политическими изменениями в мире</p> <p>Б. разработкой программы экономической помощи развивающимся странам</p>	<p>кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	
---	---	--

<p>В. появился культурологический интерес к процессу общения  Г. созданием Института службы за границей  Д. введением учебного курса по МК в образовательную программу в СНГ</p> <p><b>8. Какой вид культурных норм исключает элемент мотивации поведения, поскольку нормы, составляющие его должны выполняться автоматически?</b></p> <p>А. традиция  Б. нравы  В. обычаи  Г. закон  Д. обряд</p> <p><b>9. Люди, принадлежащие к этой культуре, предпочитают четкие цели, подробные задания, жесткие графики работы и расписания действий.</b></p> <p>А. культура Германии  Б. культура США  В. культура Индии  Г. культура Дании  Д. культура Финляндии</p> <p><b>10. К маскулинным культурам относятся:</b></p> <p>А. культура Греции, Швеции, Дании  Б. культура Италии, Великобритании, Японии.  В. культура Дании, Норвегии, Швеции  Г. культура Финляндии, Португалии, Чили</p>		
<p><i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</i></p> <p><b>11. Выберите индивидуалистские культуры:</b></p> <p>А. культура Мексики, Египта, Дании  Б. культура Индии, Бразилии.  В. азиатские и африканские культуры  Г. культура католических стран Южной Европы.  Д. культура Германии, Великобритании, США.</p> <p><b>12. Тип невербальной коммуникации, основывающийся на тактильной системе восприятия партнера, включающий рукопожатия, поцелуи, поглаживания, объятия и т.д.:</b></p> <p>А. такесика  Б. эмпатия  В. толерантность  Г. сензитивность  Д. проксемика</p> <p><b>13. Тип общения, при котором партнеров по общению объединяют интересы дела, совместная деятельность.</b></p> <p>А. деловой стиль общения  Б. дружеский стиль общения</p>	<p><b>УК-5.2</b>  Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p><b>ПК-1.2</b>  Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>Повышенный</b>  <b>3-5 минут</b></p>

В. требовательный стиль общения  
Г. дистанционный стиль общения  
Д. заигрывающий стиль общения

**14. Манера общения определяется:**  
А. тоном общения; дистанцией общения  
Б. стилем общения; функциями общения  
В. содержанием общения; субъектом общения  
Г. средствами общения; этнической принадлежностью  
Д. количеством человек, задействованных в общении

**15. Фрустрация – это:**  
А. психологическое состояние, возникающее в ситуации разочарования; гнетущая тревога, чувство напряженности, безысходности  
Б. отсутствие патриотизма  
В. боязнь контактировать с людьми  
Г. способность выразить симпатию к чему-либо  
Д. ненависть к людям другой нации

**16. Для каких культур характерно восприятие природы как находящейся в гармонии с человеком.**  
А. Япония, Китай  
Б. Арабские страны  
В. Американских индейцев  
Г. Германия, Швейцария  
Д. Стран Латинской Америки

**17. Классификацию национальных организационных культур в многонациональных корпорациях на инкубатор, семью, управляемую ракету и Эйфелеву башню предложил:**  
А. Э. Холл  
Б. Дилл и Кеннеди  
В. Тромпенаарс  
Г. С. Г. Рубинштейн

**18. К материальным проявлениям культуры относятся:**  
А. мифы, легенды, саги, символы, сказки, лозунги и символы  
Б. ценности, герои, структура общения, мифы  
В. организационная коммуникация, обряды, артефакты  
Г. артефакты, оформление пространства, корпоративные символы могущества компании

**19. Уровни корпоративной культуры по Трансу и Бейеру:**  
А. ценности, герои, обряды и ритуалы, структура общения  
Б. установившиеся порядки в компании, организационная коммуникация, материальное проявление культуры, язык общения  
В. групповая социализация, методы воспитания, социальные нормы, критерии образованности

<p>Г. нет правильного ответа</p> <p><b>20. Ожидаемые модели поведения и ценности, которые формально или неформально устанавливаются группой – это:</b></p> <p>А. групповая социализация  Б. критерии воспитанности  В. социальные нормы  Г. методы образования</p>		
<p><b>Закончите предложения:</b></p> <p>..... — это стратегическая коммуникационная деятельность, направленная на формирование и управление восприятием бренда, продуктов и услуг компании на зарубежных рынках.</p> <p>.....</p> <p>.....через эти организации решается большая часть коммуникационных задач на иностранных рынках.</p> <p>.....</p> <p>.....любая PR-кампания, направленная на зарубежные рынки, требует тщательного анализа медийной среды стран, так как эти источники могут отличаться от тех, что доступны в стране базирования бизнеса. <b>1</b></p> <p>....., ориентированных на иностранную аудиторию. Например, экспортирующая компания может создать свой собственный журнал, что особенно эффективно в регионах с недостатком медийных ресурсов.</p>	<p><b>УК-5.2</b>  Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p><b>ПК-1.2</b>  Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>Высокий</b>  <b>5-10 минут</b></p>

### 3.2.2. Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
<p><b>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</b></p> <p><b>21. К организационным коммуникациям по Трансу и Бейеру относятся:</b></p> <p>А. мифы, легенды, саги, символы, сказки, лозунги и символы  Б. ценности, герои, структура общения, мифы  В. организационная коммуникация, обряды, артефакты  Г. артефакты, оформление пространства, корпоративные символы могущества компании</p> <p><b>22. Корпоративная культура может меняться под воздействием следующих тенденций:</b></p> <p>А. артефакты, оформление пространства, корпоративные символы могущества компании  Б. групповая социализация, методы воспитания, социальные нормы, критерии образованности  В. смена руководства, слабая корпоративная культура,</p>	<p><b>УК-5.2</b>  Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p><b>ПК-1.2</b>  Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>Базовый</b>  <b>1-3</b>  <b>минуты</b></p>



высокие зарплаты

Г. изменение в кадровой политике, создание социальных условий, введение гибкого графика работы

**23. Слаженность, взаимодействие, удовлетворение работой и гордость за её результаты; преданность организации и готовность соответствовать её высоким стандартам; высокая требовательность к качеству труда; готовность к переменам, вызванным требованиями прогресса и конкурентной борьбой, невзирая на трудности и бюрократические препоны – это:**

А. материальное проявление корпоративной культуры

Б. эффективная корпоративная культура

В. установившиеся порядки в компании

Г. слабая корпоративная культура

**24. Уровни корпоративной культуры, по Дилу и Кеннеди включают в себя:**

А. ценности, герои, обряды и ритуалы, структура общения

Б. установившиеся порядки в компании, организационная коммуникация, материальное проявление культуры, язык общения

В. групповая социализация, методы воспитания, социальные нормы, критерии образованности

Г. нет правильного ответа

**25. Термин «Межкультурная коммуникация» был введён:**

А. З.Фрейдом

Б. Э.Холлом

В. Л.С. Выготским

Г. А. Адлером

**26. Формы межкультурной коммуникации:**

А. Линейная, прямоугольная, круговая

Б. Линейная, гносеологическая, информативная

В. Линейная, транзакционная, интерактивная

Г. Линейная, гносеологическая, информативная

**27. Цели коммуникации:**

А. сокрытие информации, её кодирование, обмен опытом

Б. не допущение раскрытия принимаемых решений

В. обмен и передача информации, обмен эмоциями, обмен опытом

Г. средство, с помощью которого сообщение передаётся от источника к получателю

**28. Межкультурная коммуникация- это:**

А. совокупность разнообразных форм отношений при проведении спортивных мероприятий

Б. совокупность методов и способов ведения бизнеса и

<p>воздействия на партнёров с целью получения прибыли</p> <p>В. отношение людей к событиям и фактам социальной действительности и их оценка</p> <p>Г. совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам</p> <p><b>29. Для осуществления процесса коммуникации необходимо участие:</b></p> <p>А. по крайней мере, двух сторон</p> <p>Б. хотя бы одной стороны</p> <p>В. более чем двух сторон</p> <p>Г. нет правильного ответа</p> <p><b>30. К каналам коммуникации относят:</b></p> <p>А. сокрытие информации, её кодирование, обмен опытом</p> <p>Б. не допущение раскрытия принимаемых решений</p> <p>В. обмен и передача информации, обмен эмоциями, обмен опытом</p> <p>Г. средство, с помощью которого сообщение передаётся от источника к получателю</p>		
<p><i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</i></p> <p><b>31. Вербальные средства общения:</b></p> <p>А. переписка, приказы, распоряжения, служебные записки</p> <p>Б. использование речи, языка и слов</p> <p>В. жесты, мимика, телодвижения, одежда, взгляды, манера держать себя</p> <p>Г. всё вышеперечисленное</p> <p><b>32. Символы в межкультурной коммуникации:</b></p> <p>А. это условные знаки, обозначающие какие-то предметы, процессы, явления</p> <p>Б. это информация в исходном виде, которую автор хочет передать получателю, идея</p> <p>В. это желание вступить в общение с другим человеком</p> <p>Г. нет правильного ответа</p> <p><b>33. На основе, каких наук сформировалась дисциплина «Межкультурная коммуникация»?</b></p> <p>А. политология, экономика, политология, история, физика</p> <p>Б. политология, коммуникативистика, математика, физика, лингвистика</p> <p>В. культурология, экономика, физика, математика, сопромат</p> <p>Г. коммуникативистика, культурология, социальная психология, лингвистика</p> <p><b>34. Невербальные средства общения:</b></p> <p>А. переписка, приказы, распоряжения, служебные</p>	<p><b>УК-5.2</b> Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p><b>ПК-1.2</b> Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>Повышенный</b> <b>3-5 минут</b></p>

записки

Б. жесты, мимика, телодвижения, одежда, взгляды, манера держать себя

В. использование речи, языка и слов

Г. всё вышеперечисленное

**35. Название коммуникативной модели ИСКП расшифровывается как:**

А. источник - сообщение – канал - получатель

Б. информация - сообщение – коммуникация - получатель

В. источник – событие – канал - публикация

Г. информация – сообщение - коммуникация - публикация

**36. К концептуальным подходам определения культуры относятся:**

А. политический, балансовый, экономический, финансовый, социальный

Б. описательный, социологический, психологический, деятельностный, символический

В. наглядный, доступный, надёжный, информативный, экономный

Г. всё вышеперечисленное

**37. Общие представления, разделяемые большей частью общества, относительно того, что является желательным, правильным и полезным – это:**

А. ценности

Б. традиции

В. обычаи

Г. ритуалы

**38. К определению культурные универсалии можно отнести выражение:**

А. осознание человеком своей принадлежности к определённой социальной общности как носительнице конкретной культуры

Б. формирование эстетических понятий, оценок, суждений, идеалов, потребностей

В. это черты, присущие всем без исключения культурам

Г. форма существования общества, состоящего из различных взаимосвязанных этнических общностей

**39. Метод научного познания, сущность которого в разделении социокультурных систем и объектов, их группировка с помощью обобщенной идеальной модели или типа - это :**

А. культурные универсалии

Б. компоненты культуры

В. типология культуры

Г. социокультурная идентичность

**40. К компонентам культуры относятся:**

<p>А. знания, влияние, ответственность, экономность  Б. влияние, выбор методов, личный опыт, ответственность  В. ценности, шалость, непослушание, ответственность  Г. знания, ценности, нормы, обряд, обычай, ритуал, традиции.</p>		
<p><b>Определите стиль следующего отрывка</b>  <b>Кейс 1</b>  Составить выписку из этических кодексов. Выписка должна содержать отрывки о профессиональных компетенциях и качествах, которыми должен обладать PR-специалист, со ссылками на проанализированные документы.</p> <p><b>Кейс 2.</b>  Проанализировать стандарты качества PR-деятельности «IQPR» и на этой основе составить таблицу: личностные качества PR-специалиста, деловые и профессиональные качества PR-специалиста. Ранжировать их по степени значимости на усмотрение обучающегося.</p> <p><b>Кейс 3</b>  Составить «прямую времени» развития PR, на которой отобразить временные рамки, этапы, особенности развития PR на каждом этапе и предпосылки перехода от одного этапа к другому.</p> <p><b>Кейс 4</b>  Составить таблицу, в которой будут перечислены: первый столбец: международные и российские ассоциации поСО; второй столбец: год создания организации; третий: документ, который выпустила организация; четвертый: год выпуска документа.</p>	<p><b>УК-5.2</b>  Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p><b>ПК-1.2</b>  Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>Высокий</b>  <b>5-10 минут</b></p>

### Темы для докладов

- 1) Задачи и функции PR в современном обществе.
- 2) Специфика PR-деятельности в коммерческом секторе (на конкретном примере).
- 3) Особенности PR-деятельности в государственных учреждениях.
- 4) PR-деятельность в сфере НКО: основные направления и особенности.
- 5) Основные этапы развития PR в России.
- 6) Основные этапы развития PR в США и странах Европы.
- 7) Обзор основных положений кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
- 8) Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность в сфере PR и рекламы.
- 9) Основные теории массовых коммуникаций.
- 10) Формирование имиджа публичного деятеля средствами PR (на конкретном примере).
- 11) Технологии PR в сфере политики: формирование имиджа политических деятелей, продвижение организаций и идей (на конкретном примере).
- 12) Отраслевой PR (на выбор в сфере спорта, культуры, туризма, образования, досуговой деятельности).

- 13) Особенности использования традиционных СМИ в PR-деятельности.
- 14) Интернет-технологии в PR-деятельности (на конкретном примере продвижения).
- 15) Структура и функции PR-службы (на конкретном примере).
- 16) Функциональные обязанности и сферы ответственности PR-специалиста.
- 17) Печатные и электронные документы в практике работы PR-специалистов (обзор).
- 18) Особенности составления и подготовки пресс-релизов.
- 19) Работа корпоративного PR-департамента организации (на конкретном примере).
- 20) Структура и особенности работы пресс-службы организации (на конкретном примере).
- 21) Роль выставочных мероприятий в продвижении (на конкретном примере).
- 22) PR-агентство: специфика работы, структура, реализуемые проекты (на конкретном примере).
- 23) Сегментирование групп общественности при продвижении (на конкретном примере).
- 24) Виды социологических исследований в деятельности PR-специалиста.
- 25) Организация и проведение специальных мероприятий для СМИ.
- 26) Специальные мероприятия для целевых аудиторий: виды и особенности.
- 27) Исследования внешней и внутренней среды в работе PR-специалистов (SWOT- и STEP-анализ на конкретном примере).
- 28) Конкурентный анализ в работе PR-специалистов: этапы и особенности осуществления.
- 29) Контент-анализ базисного субъекта в работе PR-специалистов (на конкретном примере).
- 30) Оценка эффективности реализованной PR-кампании (на конкретном примере).

### **3.3. Вопросы промежуточной аттестации, формирование компетенций УК-5.2, ПК-1.2**

1. Современный PR-специалист и требования к нему. Характеристика профессиональных качеств современного PR-специалиста. Основные требования PR-отрасли к квалифицированному пиарщику.
2. Составляющие «портрета» эффективного PR-специалиста: знания, навыки, компетенции и их характеристика.
3. PR как самостоятельная коммуникативная деятельность. Основные отличия связей с общественностью от рекламы и маркетинга по следующим критериям: научные истоки, объект и цели деятельности, сферы применения, аудитории, коммуникативные каналы, принципы распространения информации, оценка эффективности.
4. Афинский и Лиссабонский PR-кодексы. История их создания.
5. Основное содержание Афинского кодекса профессионально-этических принципов PR-деятельности и Лиссабонского кодекса профессиональных принципов PR-деятельности. Общее и различия в этих кодексах, их авторы.
6. История развития связей с общественностью в мире.
7. Основные этапы и предпосылки появления и развития связей с общественностью как профессиональной сферы деятельности в США. Ключевые события и выдающиеся личности в истории развития PR.
8. Томас Джефферсон и его роль в появлении термина «паблик рилейшнз».
9. Международные профессиональные сообщества в области паблик рилейшнз (МАПР, ИПРА, PRSA, ICCO, Британский институт PR) и основные характеристики их деятельности. Этапы их создания.
10. Роль международных профессиональных сообществ в разработке профессиональных стандартов качества PR. Роль международных профессиональных сообществ в разработке этических кодексов по PR.
11. Объект и предмет общественных связей. Цели связей с общественностью как направления коммуникативной деятельности.
12. Задачи связей с общественностью и их характеристика. Результат PR-деятельности –

- изменения в установках, мнении, поведении.
13. Определение понятия «коммуникативное пространство» в PR. Структура международной системы PR и ее содержание.
  14. Составляющие и участники международной системы связей с общественностью. Основные функции, принципы и инструменты взаимодействия международных PR-сообществ, PR-объединений и PR-агентств.
  15. Определение понятия «лидеры мнений» в связях с общественностью. Виды лидеров мнений. Средства и инструменты воздействия на лидеров мнений.
  16. Критерии и методы выявления лидеров мнений в различных общественных группах.
  17. Определение понятия «общественное мнение» в связях с общественностью. Структура общественного мнения как категории.
  18. Цели и задачи работы с общественным мнением. Средства воздействия на общественное мнение в публичных отношениях и их характеристика.
  19. Основные принципы формирования общественного мнения в публичных отношениях. Функции общественного мнения в PR.
  20. Критерии анализа общественного мнения в PR (устойчивость, динамика и др.). Инструменты мониторинга общественного мнения и их характеристика.
  21. Основные тенденции в PR-деятельности. Основные положительные и отрицательные тенденции в развитии современных PR в России и в мире (мультимедиазация, конвергенция, децентрализация и другие тенденции).
  22. Проблемы формирования доверия общественности к профессиям в области PR. Пути их решения.
  23. Основные формы PR-деятельности. Инструменты и способы PR-деятельности. Четыре модели публичных отношений и их характеристики. Особенности модели двусторонней асимметричной коммуникации, как наиболее современной модели PR-деятельности.
  24. Принципиальная коммуникативная схема в PR и характеристика ее основных звеньев.
  25. Особенности взаимодействия в цепи «базисный PR-субъект — технологический PR-субъект — сообщение — канал — целевая аудитория — обратная связь». Назначение коммуникационного механизма в PR. Функции коммуникационного механизма в связях с общественностью.
  26. Природа общественных связей как области профессиональной деятельности.
  27. Основные составляющие природы общественных связей (коммуникативная, информационная, управленческая, аналитическая, социальная) и их особенности. Основные виды (направления) публичных отношений и их характеристика. Наиболее востребованные направления PR сегодня.
  28. Причины и предпосылки возникновения связей с общественностью. Социальные, экономические и политические предпосылки возникновения связей с общественностью и их характеристика.
  29. Основные этапы развития «публичных отношений» как науки. Особенности развития PR как профессии и отрасли бизнеса.
  30. Пропаганда как предпосылка PR-деятельности.
  31. Основные отличия связей с общественностью от пропаганды по следующим критериям: научные истоки, объект и цели деятельности, сферы применения, аудитории, коммуникативные каналы, принципы распространения информации, оценка эффективности.
  32. Процесс коммуникации в связях с общественностью и его базовые элементы. Каналы коммуникации с общественностью в PR и их характеристика.
  33. Роль СМИ в управлении PR-информацией. Специфика собственных информационных платформ в управлении информацией и коммуникацией в PR.

34. Развитие PR в Европе. Коммуникационные особенности и этапы становления науки и отрасли связей с общественностью в европейских странах.
35. Особенности и характеристика британской, немецкой, французской школы PR. Их вклад в развитие PR в мире.
36. Развитие PR в России. Характеристика деятельности первых отечественных PR-агентств и пресс-служб крупных российских компаний (с примерами).
37. Основные технологии и инструменты их деятельности. Особенности спектра предлагаемых ими PR-услуг.
38. Роль информационного права в регулировании сферы PR. Структура и содержание информационного законодательства Российской Федерации.
39. Основное содержание Федерального Закона «О средствах массовой информации» как главного регулятора деятельности пресс-служб. Другие законы в регулировании деятельности по связям с общественностью.
40. Российский кодекс этических принципов связей с общественностью как основной регулирующий документ в PR. Структура и содержание российского кодекса этических принципов связей с общественностью, изданного РАСО.
41. Характеристики профессионально-этических категорий, принципов и норм, представленных в Кодексе РАСО. Особенности их учета в профессиональной деятельности пиарщика.
42. Содержание понятия «аудитория» в связях с общественностью. Классификация аудиторий в PR. Виды аудиторий и их характеристики.
43. Основные отличия между контактными и ключевыми аудиториями в связях с общественностью.
44. Содержание понятия «паблик рилейшнз». Основные принципы паблик рилейшнз как отрасли коммуникативной науки и коммуникативной практики.
45. Мифы о профессии PR и причины их возникновения. Отличия PR от других коммуникативных практик современности.
46. Соотношение PR и журналистики. Основные отличия связей с общественностью от журналистики по следующим критериям: научные истоки, объект и цели деятельности, сферы применения, аудитории, коммуникативные каналы, принципы распространения информации, оценка эффективности.
47. Специфика деятельности Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО). История создания РАСО.
48. Основные цели, задачи, функции деятельности Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО). Роль РАСО в разработке стандартов качества деятельности отечественного PR-специалиста.
49. Специфические условия формирования деятельности по связям с общественностью в России. Этапы и предпосылки развития паблик рилейшнз в России как науки и области деятельности с 90-х годов XX века по настоящее время.
50. Проблемы развития PR в России. Тенденции развития PR в России.
51. Сферы применения PR. Особенности PR-деятельности в различных сферах применения. Связи с общественностью в трех типах организаций: государственных, коммерческих общественных.
52. Основная специфика и отличия PR-деятельности в разных сферах.
53. Типология ключевых аудиторий в PR и их характеристика. Специфика и отличительные параметры ключевых аудиторий коммерческих организаций.
54. Специфика ключевых аудиторий государственных учреждений. Отличительные параметры ключевых аудиторий некоммерческих структур.
55. Цели, задачи, функции деятельности Ассоциации коммуникационных агентств России

(АКАР) и Ассоциации компаний-консультантов по связям с общественностью (АКОС). История создания АКАР и АКОС.

56. Современная структура АКАР и АКОС. Роль данных организаций в развитии отрасли PR в России.
57. Этапы становления и развития научного знания о связях с общественностью. Принципы периодизации процесса развития научного знания о связях с общественностью.
58. Выдающиеся личности в развитии науки и отрасли публичных отношений: Сэм Блэк, Айви Ли, Эдвард Бернейз. Их вклад в формирование представлений о PR-деятельности в мире.

**4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы**

№ п/п	Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
1.	<p><b>Экзамен</b></p> <p><b>УК-5.2,</b> <b>ПК-1.2</b></p>	<p>При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рабочую программу дисциплины, нормативную, основную и дополнительную учебную литературу. Основное в подготовке к сдаче экзамена - это повторение всего материала дисциплины. При подготовке к сдаче экзамена обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к экзамену, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. В период подготовки к экзамену обучающийся вновь обращается к уже изученному (пройденному) учебному материалу. Подготовка обучающегося к экзамену включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах (тестах) экзамена. Экзамен проводится по вопросам (тестам), охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения.</p>	<p>1 «Отлично» Приводит точные определения основных понятий, правильно раскрывает содержание категорий. Доказательно объясняет закономерности развития, раскрывает причинно-следственные связи. Демонстрирует полную самостоятельность суждений по отдельным проблемам. Аргументирует авторскую позицию в полной мере. Раскрывает на примерах изученные теоретические положения. Демонстрирует глубокие и прочные знания в системе междисциплинарных связей. Правильно раскрывает связи теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью.</p> <p>2.«Хорошо» Допускает некоторые неточности при определении основных понятий и раскрытии содержания категорий. Допускает незначительные неточности при объяснении закономерностей</p>



		<p>развития, раскрытии причинно-следственных связей.</p> <p>Демонстрирует значительную самостоятельность суждений по отдельным проблемам.</p> <p>Аргументирует авторскую позицию в значительной степени. Допускает ошибки в примерах по изученным теоретическим положениям.</p> <p>Допускает неточности при интеграции знаний из междисциплинарных областей.</p> <p>Допускает некоторые неточности при раскрытии связей теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью.</p> <p>Допускает существенные неточности или использует недостаточно правильные формулировки основных категорий.</p> <p>3.»Удовлетворительно» Допускает существенные неточности при объяснении закономерностей развития, раскрытии причинно-следственных. Связей.</p> <p>Демонстрирует частичную самостоятельность суждений по отдельным проблемам.. Слабо аргументирует авторскую позицию.</p> <p>Испытывает затруднения при иллюстрации примерами теоретических положений.</p> <p>Испытывает затруднения при интеграции знаний из междисциплинарных областей.</p> <p>Допускает существенные неточности при раскрытии связей теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью</p> <p>4. «Не удовлетворительно» Не раскрывает содержания категорий. Отсутствует объяснение закономерностей развития, раскрытие причинно-следственных связей. Суждения по отдельным проблемам отсутствуют. Аргументация отсутствует.</p>
--	--	---

			Примеры отсутствуют. Не использует знания из междисциплинарных областей. Не раскрывает связи теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью
2.	<b>Тестирование УК-5.2, ПК-1.2</b>	Полнота знаний теоретического контролируемого материала. Количество правильных ответов	<b>«отлично»</b> - процент правильных ответов = > 80%; <b>«хорошо»</b> - процент правильных ответов = > 65%; <b>«удовлетворительно»</b> - процент правильных ответов = > 50%; <b>«неудовлетворительно»</b> - процент правильных ответов < 50%.

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося. Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. Исключение составляет устный опрос, который может проводиться в начале или конце лекции в течение 15-20 мин. с целью закрепления знаний терминологии по дисциплине. При оценке компетенций принимается во внимание формирование профессионального мировоззрения, определенного уровня включенности в занятия, рефлексивные навыки, владение изучаемым материалом.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки.
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки.

**Текущая аттестация обучающихся.** Текущая аттестация обучающихся по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО МПСУ и является обязательной.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения обучающихся и осуществляется преподавателем дисциплины.

Объектами оценивания выступают:

- 1) учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- 2) степень усвоения теоретических знаний в качестве «ключей анализа»;
- 3) уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- 4) результаты самостоятельной работы (изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных обучающимся работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины.

Кроме того, оценивание обучающегося проводится на текущем контроле по дисциплине. Оценивание обучающегося на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия обучающегося (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание обучающегося носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период с выставлением оценок в ведомости.

**Промежуточная аттестация обучающихся.** Промежуточная аттестация проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО «МПСУ» и является обязательной.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом в виде экзамена в период зачётно-экзаменационной сессии в соответствии с графиком проведения.

Обучающиеся допускаются к экзамену в случае выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Оценка знаний обучающегося на экзамене определяется его учебными достижениями и результатами текущего контроля знаний и выполнением им заданий.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой дисциплины.

#### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

<b>Вид деятельности</b>	<b>Методические указания по организации деятельности студента</b>
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний студентов; формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию, учебную и специальную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и

	<p>самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию исследовательских умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; работа со словарем, справочником; поиск необходимой информации в сети Интернет; конспектирование источников; реферирование источников; составление аннотаций к прочитанным литературным источникам; составление рецензий и отзывов на прочитанный материал; составление обзора публикаций по теме; составление и разработка терминологического словаря; составление хронологической таблицы; составление библиографии (библиографической картотеки); подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к тестированию, зачету, экзамену); выполнение домашних контрольных работ; самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, тесты; выполнение творческих заданий). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов, лабораторий и зала кодификации; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; аудитории (классы) для консультационной деятельности; учебную и учебно-методическую литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы студентов, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить индивидуальные и групповые консультации. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Контроль самостоятельной работы предусматривает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• соотнесение содержания контроля с целями обучения; объективность контроля;</li> <li>• валидность контроля (соответствие предъявляемых заданий тому, что предполагается проверить);</li> <li>• дифференциацию контрольно-измерительных материалов.</li> </ul> <p>Формы контроля самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем;</li> <li>• организация самопроверки,</li> <li>• взаимопроверки выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии;</li> <li>• проведение письменного опроса;</li> <li>• проведение устного опроса;</li> <li>• организация и проведение индивидуального собеседования; организация и проведение собеседования с группой;</li> <li>• защита отчетов о проделанной работе.</li> </ul>
Опрос	Опрос - это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и

	<p>рассчитанное на выявление объема знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Проблематика, выносимая на опрос определена в заданиях для самостоятельной работы обучающегося, а также может определяться преподавателем, ведущим семинарские занятия. Во время проведения опроса обучающийся должен уметь обсудить с преподавателем соответствующую проблематику на уровне диалога.</p>
Коллоквиум	<p>Коллоквиум (от латинского colloquium – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий, беседа преподавателя с учащимися на определенную тему из учебной программы. Цель проведения коллоквиума состоит в выяснении уровня знаний, полученных учащимися в результате прослушивания лекций, посещения семинаров, а также в результате самостоятельного изучения материала. В рамках поставленной цели решаются следующие задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выяснение качества и степени понимания учащимися лекционного материала;</li> <li>• развитие и закрепление навыков выражения учащимися своих мыслей;</li> <li>• расширение вариантов самостоятельной целенаправленной подготовки учащихся;</li> <li>• развитие навыков обобщения различных литературных источников;</li> <li>• предоставление возможности учащимся сопоставлять разные точки зрения по рассматриваемому вопросу.</li> </ul> <p>В результате проведения коллоквиума преподаватель должен иметь представление:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• качества лекционного материала;</li> <li>• сильных и слабых сторонах своей методики чтения лекций;</li> <li>• сильных и слабых сторонах своей методики проведения семинарских занятий;</li> <li>• об уровне самостоятельной работы учащихся;</li> <li>• об умении обучающихся вести дискуссию и доказывать свою точку зрения;</li> <li>• степени эрудированности учащихся;</li> <li>• степени индивидуального освоения материала конкретными обучающимися.</li> </ul> <p>В результате проведения коллоквиума обучающийся должен иметь представление:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• об уровне своих знаний по рассматриваемым вопросам в соответствии с требованиями преподавателя и относительно других студентов группы;</li> <li>• недостатках самостоятельной проработки материала;</li> <li>• своем умении излагать материал;</li> <li>• своем умении вести дискуссию и доказывать свою точку зрения.</li> </ul> <p>В зависимости от степени подготовки группы можно использовать разные подходы к проведению коллоквиума. В случае, если большинство группы с трудом воспринимает содержание лекций и на практических занятиях демонстрирует недостаточную способность активно оперировать со смысловыми единицами и терминологией курса, то коллоквиум можно разделить на две части. Сначала преподаватель излагает базовые понятия, содержащиеся в программе. Это должно занять не более четверти занятия. Остальные три четверти необходимо посвятить дискуссии, в ходе которой обучающиеся должны убедиться и, главное, убедить друг друга в обоснованности и доказательности полученного видения вопроса и его соответствия реальной практике. Если же преподаватель имеет дело с более подготовленной, самостоятельно думающей и активно усваивающей смысловые единицы и терминологию курса аудиторией, то коллоквиум необходимо</p>

	<p>провести так, чтобы сами обучающиеся сформулировали изложенные в программе понятия, высказали несовпадающие точки зрения и привели практические примеры. За преподавателем остается роль модератора (ведущего дискуссии), который в конце «лишь» суммирует совместно полученные результаты.</p>
Тестирование	<p>Контроль в виде тестов может использоваться после изучения каждой темы курса. Итоговое тестирование можно проводить в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• компьютерного тестирования, т.е. компьютер произвольно выбирает вопросы из базы данных по степени сложности;</li> <li>• письменных ответов, т.е. преподаватель задает вопрос и дает несколько вариантов ответа, а обучающийся на отдельном листе записывает номера вопросов и номера соответствующих ответов.</li> </ul> <p>Для достижения большей достоверности результатов тестирования следует строить текст так, чтобы у обучающихся было не более 40 – 50 секунд для ответа на один вопрос. Итоговый тест должен включать не менее 60 вопросов по всему курсу. Значит, итоговое тестирование займет целое занятие.</p>
Подготовка к экзамену	<p>При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к сдаче экзамена – это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать экзамен. При подготовке обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка включает в себя три этапа:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• самостоятельная работа в течение семестра;</li> <li>• непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамена по темам курса;</li> <li>• подготовка к ответу на задания, содержащиеся в билетах (тестах) зачёта.</li> </ul> <p>Для успешной сдачи экзамена обучающиеся должны принимать во внимание, что:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить;</li> <li>• указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы студентом;</li> <li>• семинарские занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, успешной сдаче экзамена;</li> <li>• готовиться к экзамену необходимо начинать с первой лекции и первого семинара.</li> </ul>

Составитель: Матвеева Инна Петровна, канд. социол. наук, доцент кафедры организационной психологии и психологии труда



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«Московский психолого-социальный университет»**

Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)  
Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (бессрочно)

## **КЛЮЧИ ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ К ФОНДУ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**по дисциплине:**

**«МЕЖДУНАРОДНАЯ СИСТЕМА КОММЕРЧЕСКИХ PR»**

**Уровень высшего образования**

**БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) – «Реклама и связи с общественностью в коммерческой  
сфере»

Форма обучения: очная

Москва  
2025 год

## ОТВЕТЫ К ТЕСТУ:

1. Б
2. А
3. Г
4. В
5. Б
6. В
7. Г
8. А
9. А
10. А
11. Г
12. Д
13. Б
14. Б
15. В
16. Б
17. Г
18. А
19. А
20. Б
21. В
22. Г
23. Б
24. Г
25. А
26. Г
27. В
28. Б
29. А
30. А
31. А
32. В
33. А
34. Б
35. Г
36. А
37. В
38. А
39. В
40. Б