

## ВАРИАНТ 4

### Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Ситуационное задание № 1

Рассмотрите представленные ситуации. Для решения профессиональной задачи с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности, определите характер людей и их социальное поведение в обществе. Свой ответ обоснуйте, используя основные методики исследования психологических феноменов (агрессивность, конфликтность) и дайте рекомендации по решению их проблем.

А. Женатому мужчине, Александру, нравится его подруга – чисто как приятельница, та, с кем интересно общаться и хорошо проводить вместе время. Признаться себе в этих чувствах он не может, поэтому обвиняет собственную жену в том, что ему не хватает того, что дает ему его подруга. В его жизни остаётся симпатия к этому человеку, с которой он может и дальше соприкасаться, просто считая, что переживает её не он, а его жена.

Б. Петру уже на протяжении 8 лет мучают навязчивые мысли, что кто-то из его семьи умрёт. И когда ему приходила в голову мысль о том, что, например, его отец умрёт, он останавливался, вспоминал, что делал только что, и «отменял» это действие. То есть он открывал дверь в комнату и думал «мой отец скоро может умереть» (а папа и правда был болен) и не закрывал эту дверь. И весь оставшийся день он не мог работать, коммуницировать с людьми и выйти на улицу.

### Ситуационное задание № 2

Проанализируйте текст и выделите все социально-психологические явления, используя терминологический аппарат. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Определите роль каждого участника в обществе и обоснуйте свои ответы исходя из типологии отношений к окружающим.

– Слушай, Стекляшкин, – сказал ему Незнайка. – Ты понимаешь, какая история вышла: от солнца оторвался кусок и ударил меня по голове.

– Что ты, Незнайка! Если бы от солнца оторвался кусок, он раздавил бы тебя в лепешку. Солнце ведь большое. Оно больше нашей Земли.

– Не может быть, – ответил Незнайка, – по-моему, солнце не больше тарелки.

– Это нам только кажется. Солнце очень далеко от нас. Если бы от солнца оторвался кусок и упал, он раздавил бы весь наш город.

### Письменный опрос

Вопрос 1	Чем отличаются способы изменения имплицитных и эксплицитных оценок и представлений?
Вопрос 2	При каких условиях аттитюды влияют на поведение?
Вопрос 3	Что такое уровень самомониторинга?
Вопрос 4	Какие факторы оказывают влияние на эффективность групповых решений?
Вопрос 5	Какое влияние сообщения массовой коммуникации оказывают на агрессивное и помогающее поведение?

## ВАРИАНТ 5

### Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Ситуационное задание № 1

Рассмотрите представленные ситуации. Для решения профессиональной задачи с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности, определите характер людей и их социальное поведение в обществе. Свой ответ обоснуйте, используя основные методики исследования психологических феноменов (агрессивность, конфликтность) и дайте рекомендации по решению их проблем.

А. Женатому мужчине, Александру, нравится его подруга – чисто как приятельница, та, с кем интересно общаться и хорошо проводить вместе время. Признаться себе в этих чувствах он не может, поэтому обвиняет собственную жену в том, что ему не хватает того, что дает ему его подруга. В его жизни остаётся симпатия к этому человеку, с которой он может и дальше соприкасаться, просто считая, что переживает её не он, а его жена.

Б. Петру уже на протяжении 8 лет мучают навязчивые мысли, что кто-то из его семьи умрёт. И когда ему приходила в голову мысль о том, что, например, его отец умрёт, он останавливался, вспоминал, что делал только что, и «отменял» это действие. То есть он открывал дверь в комнату и думал «мой отец скоро может умереть» (а папа и правда был болен) и не закрывал эту дверь. И весь оставшийся день он не мог работать, коммуницировать с людьми и выйти на улицу.

### Ситуационное задание № 2

Проанализируйте текст и выделите все социально-психологические явления, используя терминологический аппарат. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Определите роль каждого участника в обществе и обоснуйте свои ответы исходя из типологии отношений к окружающим.

– Слушай, Стекляшкин, – сказал ему Незнайка. – Ты понимаешь, какая история вышла: от солнца оторвался кусок и ударил меня по голове.

– Что ты, Незнайка! Если бы от солнца оторвался кусок, он раздавил бы тебя в лепешку. Солнце ведь большое. Оно больше нашей Земли.

– Не может быть, – ответил Незнайка, – по-моему, солнце не больше тарелки.

– Это нам только кажется. Солнце очень далеко от нас. Если бы от солнца оторвался кусок и упал, он раздавил бы весь наш город.

### Письменный опрос

Вопрос 1	Какие процедуры воздействия позволяют уменьшить уровень агрессии?
Вопрос 2	В чем заключаются когнитивные теории агрессии?
Вопрос 3	В чем заключаются эмоциональные модели помощи?
Вопрос 4	Что вы знаете о теории социальной идентичности?
Вопрос 5	Что такое самооффективность?

**Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся)**

Что такое категории, какова их структура и функции?
Что такое схемы, каковы их виды?
Какие объекты люди замечают на стадии восприятия?
По какому принципу люди выбирают социальные категории при первичной категоризации?
Какие факторы оказывают влияние на выбор восходящей или нисходящей стратегии анализа информации?
Какую роль в социальном познании играют эвристики?
Как организовано представление о человеке?
По какому принципу формируется общая оценка человека?
Чем отличаются типологические и процессуальные модели атрибуции?
Чем отличаются модели каузальных схем, анализа вариаций и двух принципов атрибуции?
В чем различие между моделью корреспондентного выведения и трехстадийной моделью атрибуции?
Чем различаются каузальная атрибуция, атрибуция ответственности и атрибуция вины?
Какие факторы оказывают влияние на атрибуцию ответственности?
В чем основная идея модели лингвистических категорий?
Назовите определение термина "Приобретенная беспомощность".
Что такое ценности?
Что такое социальные верования?
Какими свойствами и функциями обладают аттитюды?
При каких условиях аттитюды влияют на поведение?
Каким образом модели намеренного поведения объясняют влияние аттитюдов на поступки человека?
Как теория когнитивного диссонанса объясняет влияние поведения на аттитюды?
Как теория самовосприятия объясняет влияние поведения на аттитюды?
Какова структура представления о себе?
Чем различаются люди с высокой и низкой самооценкой?
Что такое самоосознавание и фокусирование на себе?
Какие эффекты социального сравнения вы знаете?
Что такое самооэффективность?
Что такое саморегуляция?
Какие стратегии размышления вопреки фактам вы знаете?
Какие стратегии самопрезентации вы знаете?
Что такое уровень самомониторинга?
Какова структура и функции эмоций?
Какое влияние каузальная атрибуция оказывает на эмоциональное отношение к другим людям?
Каким образом каузальная атрибуция влияет на эмоции, связанные с самоосознаванием?
Какое влияние эмоциональное состояние человека оказывает на социальное познание?
Какова структура, процесс возникновения и формирования эмпатии?
Какие факторы оказывают влияние на аттракцию по отношению к партнеру?
Какие подходы к изучению любви существуют?
Как происходит разрыв близких отношений?
Какие элементы включает в себя коммуникативная ситуация?
Какие существуют стили речи? 3. Какие существуют виды обратной связи?
Какие существуют коммуникативные барьеры?
Чем различаются вербальная и невербальная коммуникация?
За счет каких показателей происходит передача невербальных сообщений?

Что позволяет выразить невербальная коммуникация?
Насколько точно декодирование невербальных сообщений и почему?
Каковы основные стадии убеждения?
Что такое механизм контраргументации?
Чем отличаются эвристическая и систематическая стратегии анализа убеждающего сообщения?
Чем отличаются способы изменения имплицитных и эксплицитных оценок и представлений?
Какие особенности коммуникатора оказывают влияние на эффективность убеждения?
Какие характеристики сообщения оказывают влияние на его эффективность?
Какие особенности аудитории оказывают влияние на эффективность убеждения?
Как происходит сопротивление убеждению?
Каковы основные характеристики конфликта?
Каковы структурные характеристики конфликта?
Каковы стадии развития конфликтной ситуации?
Какие процедуры урегулирования конфликтов существуют?
Что такое социальные дилеммы?
Что такое ориентация во взаимодействии?
Какое влияние ситуация оказывает на поведение человека в социальных дилеммах?
Из чего складывается оценка справедливости взаимодействия?
Какие виды агрессии можно выделить?
Как объясняют возникновение агрессии сторонники эволюционного подхода?
Как объясняют возникновение агрессии сторонники необихевиорального подхода?
В чем заключаются теории, связывающие агрессию с возбуждением?
В чем заключаются когнитивные теории агрессии?
Каким образом индивидуальные особенности человека связаны с агрессивным поведением?
Какие ситуативные факторы провоцируют агрессию?
Какие процедуры воздействия позволяют уменьшить уровень агрессии?
Какие виды помощи вы знаете?
Как объясняют помощь сторонники эволюционного подхода?
Как объясняют помощь сторонники необихевиоризма?
В чем заключаются когнитивные модели помощи?
В чем заключаются эмоциональные модели помощи?
Каким образом индивидуальные особенности человека связаны с помогающим поведением?
Какие ситуативные факторы усиливают помогающее поведение?
По каким критериям можно разделить социальные группы?
Какие виды социального влияния существуют?
Каковы источники власти над окружающими?
При каких условиях возникает подчинение?
При каких условиях возрастает влияние большинства?
При каких условиях возрастает влияние меньшинства?
В чем различие между влиянием большинства и меньшинства?
Что такое групповая сплоченность?
Какие виды групповых задач можно выделить?
Почему возникает социальная фасилитация и ингибция?
Почему возникает социальная лень и продуктивность?
Какие измерения групповой структуры можно выделить?

Какие стили лидерства существуют?
Как эффективность стилей лидерства зависит от ситуации?
В чем заключается двухсторонняя связь между лидером и последователями?
Каков цикл развития малой группы?
Какие стадии включает в себя групповая социализация?
В чем заключаются достоинства и недостатки групповых решений?
Какие психологические механизмы активизируются при принятии группового решения?
Какие факторы оказывают влияние на эффективность групповых решений?
В чем заключается эффект предпочтения разделенной информации?
В чем заключается эффект огруппления мышления?
В чем заключается эффект экстремизации групповых решений?
Каким образом можно повысить эффективность групповых решений?
Что такое «мозговой штурм» и какова эффективность этой процедуры?
Какие виды коллективного поведения вы знаете?
Какие факторы повышают вероятность коллективной активности?
Какие пути возникновения коллективной активности вы знаете?
Каким образом социальные психологи объясняют поведение человека в толпе?
Почему люди принимают участие в деятельности социальных движений?
Как осуществляется мобилизация в социальные движения?
Как изменяется социальная идентичность человека по мере участия в социальных движениях?
Каков жизненный цикл социальных движений?
Что такое культурный синдром?
Что такое ценностные измерения культуры?
В чем заключаются кросс-культурные различия в Я-концепции и социальном познании?
В чем заключаются кросс-культурные различия в сфере эмоций?
В чем заключаются кросс-культурные различия в коммуникации и взаимодействии?
Что такое культурный шок?
Что такое аккультурация?
Что такое кросс-культурная сенситивность?
Что такое стереотипы, предрассудки и межгрупповые эмоции?
Как стереотипы и предрассудки влияют на анализ информации и поведение человека?
Что такое межгрупповая дифференциация?
В чем заключаются теории авторитарной личности и ориентации на социальное доминирование?
В чем заключаются теории реального конфликта и социальной идентичности?
В чем заключается гипотеза контакта?
Что вы знаете о теории социальной идентичности?
Чем отличается понимание социализации как последовательности стадий и индивидуального пути развития?
Чем отличается социализация в детском и взрослом возрасте?
Каким образом происходит социализация в семье?
Какова роль в процессе социализации средств массовой коммуникации?
За счет чего в новостях достигается интерпретация событий?
Какое влияние сообщения массовой коммуникации оказывают на агрессивное и помогающее поведение?
Что вы знаете о «культурном синдроме»?

Билеты для промежуточной аттестации обучающихся (Экзамен )

БИЛЕТ 1

**Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)**

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

**Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:**

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

**Ситуационное задание № 1**

Рассмотрите представленные ситуации. Для решения профессиональной задачи с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности, определите характер людей и их социальное поведение в обществе. Свой ответ обоснуйте, используя основные методики исследования психологических феноменов (агрессивность, конфликтность) и дайте рекомендации по решению их проблем.

А. Мама запрещает дочери выходить замуж, потому что семья мужа якобы отберёт у неё квартиру. Она настаивает на том, чтобы дочь жила с партнёром, не расписываясь. Мама проецирует собственную злость на потенциального свёкра дочери, считает его враждебным, угрожающим, манипулирующим, приписывает ему злые намерения по отношению к девушке.

Б. Дмитрий ведёт видеоблог, и под одним из видео появляется негативный комментарий. Например: «Звук поправь!», или «Камера грязная!», или «Челюсть зажатая!», или «Голос неприятный!». Блогер с нормальным здоровым развитием, скорее всего, просто решит: «До чего же неприятный тип!» – и не будет принимать случившееся близко к сердцу. А Дмитрий счел это правдой и начал переживать и по привычке взял вину на себя.

**Ситуационное задание № 2**

Проанализируйте текст и выделите все социально-психологические явления, используя терминологический аппарат. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Определите роль каждого участника в обществе и обоснуйте свои ответы и сходя из типологии отношений к окружающим.

Ситуация:

«Однажды, когда Кристофер Робин, Винни-Пух и Пятачок сидели и мирно беседовали, Кристофер Робин пролотил то, что у него было во рту, и сказал, как будто между прочим:

– Знаешь, Пятачок, а я сегодня видел Слонопотама.

– А чего он делал? – спросил Пятачок.

Можно было подумать, что он ни капельки не удивился!

– Ну, просто слонялся, – сказал Кристофер Робин. – По-моему, он меня не видел.

– Я тоже одного как-то видел, – сказал Пятачок. – По-моему, это был он. А может, и нет.

– Я тоже, – сказал Пух, недоумевая. «Интересно, кто же такой Слонопотам?!» – подумал он.

– Их часто не встретишь, – небрежно сказал Кристофер Робин.

– Особенно сейчас, – сказал Пятачок.

– Особенно в это время года, – сказал Пух».

**Письменный опрос**

Вопрос 1	За счет чего в новостях достигается интерпретация событий?
Вопрос 2	Каковы основные стадии убеждения?
Вопрос 3	Что такое социальные дилеммы?
Вопрос 4	Что такое схемы, каковы их виды?

Вопрос 5	Какова роль в процессе социализации средств массовой коммуникации?
----------	--

## БИЛЕТ 2

### Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Ситуационное задание № 1

Рассмотрите представленные ситуации. Для решения профессиональной задачи с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности, определите характер людей и их социальное поведение в обществе. Свой ответ обоснуйте, используя основные методики исследования психологических феноменов (агрессивность, конфликтность) и дайте рекомендации по решению их проблем.

А. «Ты вообще меня ни во что не ставишь! Ты меня не любишь, я тебе не важна!» Другая отвечает: «Да важна ты мне, я люблю тебя, мы же проводим с тобой время – например, прямо сейчас», – но слышит в ответ лишь упреки. Рано или поздно чаша терпения второй подруги, скорее всего, переполнится, и она скажет: «Знаешь, что? С меня хватит! Ты абсолютно права!»

Б. Алина, чей папа – алкоголик, пришла из школы и обнаружила отца в петле. Сняла его и тем самым спасла. Он повесился, увидев, как она возвращается домой. Для Алины такой случай – повседневность, ничего страшного не произошло, так как ее отец поступает так каждый раз как она приходит из школы. Ее отец никак ни комментирует свои действия.

### Ситуационное задание № 2

Проанализируйте текст и выделите все социально-психологические явления, используя терминологический аппарат. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Определите роль каждого участника в обществе и обоснуйте свои ответы исходя из типологии отношений к окружающим.

Коротышки были неодинаковыми: одни из них назывались малышами, другие – малышками. Малыши всегда ходили либо в длинных брюках навыпуск, либо в коротеньких штанишках на помочах, а малышки любили носить платица из пестренькой, яркой материи. Малыши не любили возиться со своими прическами, поэтому волосы у них были короткие, а у малышей длинные и красивые. Малышки очень любили делать разные красивые прически, волосы заплетали в длинные косы и в косы вплетали ленточки, а на голове носили бантики. Многие малыши очень гордились тем, что они малыши, и совсем почти не дружили с малышками. А малышки гордились тем, что они малышки, и тоже не хотели дружить с малышами. Если какая-нибудь малышка встречала на улице малыша, то, завидев его издали, переходила на другую сторону. И хорошо делала, потому что среди малышей часто попадались такие, которые не могли пройти спокойно мимо малышки, а обязательно скажут ей что-нибудь обидное, даже толкнут или, еще хуже, за косу дернут. Конечно, не все малыши были такими, но ведь этого у них на лбу не написано, поэтому малышки считали, что лучше заранее перейти на другую сторону улицы и не попадаться на встречу. За это многие малыши называли малышей воображюлками, а многие малышки называли малышей забияками и другими обидными прозвищами.

### Письменный опрос

Вопрос 1	Из чего складывается оценка справедливости взаимодействия?
Вопрос 2	Чем отличаются типологические и процессуальные модели атрибуции?
Вопрос 3	Какие стратегии самопрезентации вы знаете?
Вопрос 4	По какому принципу люди выбирают социальные категории при первичной категоризации?
Вопрос 5	Какие виды коллективного поведения вы знаете?



## БИЛЕТ 3

### Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Ситуационное задание №1

Рассмотрите представленные ситуации. Для решения профессиональной задачи с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности, определите характер людей и их социальное поведение в обществе. Свой ответ обоснуйте, используя основные методики исследования психологических феноменов (агрессивность, конфликтность) и дайте рекомендации по решению их проблем.

А. Мама запрещает дочери выходить замуж, потому что семья мужа якобы отберёт у неё квартиру. Она настаивает на том, чтобы дочь жила с партнёром, не расписываясь. Мама проецирует собственную злость на потенциального свёкра дочери, считает его враждебным, угрожающим, манипулирующим, приписывает ему злые намерения по отношению к девушке.

Б. Дмитрий ведёт видеоблог, и под одним из видео появляется негативный комментарий. Например: «Звук поправь!», или «Камера грязная!», или «Челюсть зажатая!», или «Голос неприятный!». Блогер с нормальным здоровым развитием, скорее всего, просто решит: «До чего же неприятный тип!» – и не будет принимать случившееся близко к сердцу. А Дмитрий счел это правдой и начал переживать и по привычке взял вину на себя.

### Ситуационное задание №2

Проанализируйте текст и выделите все социально-психологические явления, используя терминологический аппарат. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Определите роль каждого участника в обществе и обоснуйте свои ответы исходя из типологии отношений к окружающим.

Ситуация:

«Однажды, когда Кристофер Робин, Винни-Пух и Пятачок сидели и мирно беседовали, Кристофер Робин проглотил то, что у него было во рту, и сказал, как будто между прочим:

– Знаешь, Пятачок, а я сегодня видел Слонопотама.

– А чего он делал? – спросил Пятачок.

Можно было подумать, что он ни капельки не удивился!

– Ну, просто слонялся, – сказал Кристофер Робин. – По-моему, он меня не видел.

– Я тоже одного как-то видел, – сказал Пятачок. – По-моему, это был он. А может, и нет.

– Я тоже, – сказал Пух, недоумевая. «Интересно, кто же такой Слонопотам?!» – подумал он.

– Их часто не встретишь, – небрежно сказал Кристофер Робин.

– Особенно сейчас, – сказал Пятачок.

– Особенно в это время года, – сказал Пух».

### Письменный опрос

Вопрос 1	Что такое «мозговой шторм» и какова эффективность этой процедуры?
Вопрос 2	Как объясняют возникновение агрессии сторонники эволюционного подхода?
Вопрос 3	По какому принципу формируется общая оценка человека?
Вопрос 4	Какие факторы оказывают влияние на аттракцию по отношению к партнеру?
Вопрос 5	Какие виды агрессии можно выделить?

## БИЛЕТ 4

### Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Ситуационное задание № 1

Рассмотрите представленные ситуации. Для решения профессиональной задачи с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности, определите характер людей и их социальное поведение в обществе. Свой ответ обоснуйте, используя основные методики исследования психологических феноменов (агрессивность, конфликтность) и дайте рекомендации по решению их проблем.

А. «Ты вообще меня ни во что не ставишь! Ты меня не любишь, я тебе не важна!» Другая отвечает: «Да важна ты мне, я люблю тебя, мы же проводим с тобой время – например, прямо сейчас», – но слышит в ответ лишь упреки. Рано или поздно чаша терпения второй подруги, скорее всего, переполнится, и она скажет: «Знаешь, что? С меня хватит! Ты абсолютно права!»

Б. Алина, чей папа – алкоголик, пришла из школы и обнаружила отца в петле. Сняла его и тем самым спасла. Он повесился, увидев, как она возвращается домой. Для Алины такой случай – повседневность, ничего страшного не произошло, так как ее отец поступает так каждый раз как она приходит из школы. Ее отец никак ни комментирует свои действия.

### Ситуационное задание № 2

Проанализируйте текст и выделите все социально-психологические явления, используя терминологический аппарат. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Определите роль каждого участника в обществе и обоснуйте свои ответы исходя из типологии отношений к окружающим.

Коротышки были неодинаковыми: одни из них назывались малышами, другие – малышками. Малыши всегда ходили либо в длинных брюках навыпуск, либо в коротеньких штанишках на помочах, а малышки любили носить платица из пестренькой, яркой материи. Малыши не любили возиться со своими прическами, поэтому волосы у них были короткие, а у малышей длинные и красивые. Малышки очень любили делать разные красивые прически, волосы заплетали в длинные косы и в косы вплетали ленточки, а на голове носили бантики. Многие малыши очень гордились тем, что они малыши, и совсем почти не дружили с малышками. А малышки гордились тем, что они малышки, и тоже не хотели дружить с малышами. Если какая-нибудь малышка встречала на улице малыша, то, завидев его издали, переходила на другую сторону. И хорошо делала, потому что среди малышей часто попадались такие, которые не могли пройти спокойно мимо малышки, а обязательно скажут ей что-нибудь обидное, даже толкнут или, еще хуже, за косу дернут. Конечно, не все малыши были такими, но ведь этого у них на лбу не написано, поэтому малышки считали, что лучше заранее перейти на другую сторону улицы и не попадаться на встречу. За это многие малыши называли малышей воображками, а многие малышки называли малышей забияками и другими обидными прозвищами.

### Письменный опрос

Вопрос 1	Каким образом социальные психологи объясняют поведение человека в толпе?
Вопрос 2	Как объясняют помощь сторонники эволюционного подхода?
Вопрос 3	Как осуществляется мобилизация в социальные движения?
Вопрос 4	Что такое аккультурация?
Вопрос 5	Каков цикл развития малой группы?

## БИЛЕТ 5

### Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ОПК-7.1 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности

ОПК-4.1 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

### Ситуационное задание №1

Рассмотрите представленные ситуации. Для решения профессиональной задачи с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности, определите характер людей и их социальное поведение в обществе. Свой ответ обоснуйте, используя основные методики исследования психологических феноменов (агрессивность, конфликтность) и дайте рекомендации по решению их проблем.

А. Мама запрещает дочери выходить замуж, потому что семья мужа якобы отберёт у неё квартиру. Она настаивает на том, чтобы дочь жила с партнёром, не расписываясь. Мама проецирует собственную злость на потенциального свёкра дочери, считает его враждебным, угрожающим, манипулирующим, приписывает ему злые намерения по отношению к девушке.

Б. Дмитрий ведёт видеоблог, и под одним из видео появляется негативный комментарий. Например: «Звук поправь!», или «Камера грязная!», или «Челюсть зажатая!», или «Голос неприятный!». Блогер с нормальным здоровым развитием, скорее всего, просто решит: «До чего же неприятный тип!» – и не будет принимать случившееся близко к сердцу. А Дмитрий счел это правдой и начал переживать и по привычке взял вину на себя.

### Ситуационное задание №2

Проанализируйте текст и выделите все социально-психологические явления, используя терминологический аппарат. Соотнесите данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Определите роль каждого участника в обществе и обоснуйте свои ответы исходя из типологии отношений к окружающим.

Ситуация:

«Однажды, когда Кристофер Робин, Винни-Пух и Пятачок сидели и мирно беседовали, Кристофер Робин проглотил то, что у него было во рту, и сказал, как будто между прочим:

– Знаешь, Пятачок, а я сегодня видел Слонопотама.

– А чего он делал? – спросил Пятачок.

Можно было подумать, что он ни капельки не удивился!

– Ну, просто слонялся, – сказал Кристофер Робин. – По-моему, он меня не видел.

– Я тоже одного как-то видел, – сказал Пятачок. – По-моему, это был он. А может, и нет.

– Я тоже, – сказал Пух, недоумевая. «Интересно, кто же такой Слонопотам?!» – подумал он.

– Их часто не встретишь, – небрежно сказал Кристофер Робин.

– Особенно сейчас, – сказал Пятачок.

– Особенно в это время года, – сказал Пух».

### Письменный опрос

Вопрос 1	В чем различие между моделью корреспондентного выведения и трехстадийной моделью атрибуции?
Вопрос 2	Что такое ценности?
Вопрос 3	Какие процедуры урегулирования конфликтов существуют?
Вопрос 4	Что такое стереотипы, предрассудки и межгрупповые эмоции?
Вопрос 5	Какими свойствами и функциями обладают аттитюды?

## **8. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы и (или) иных информационных источников для самостоятельной подготовки обучающихся к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся**

### **Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы**

#### **Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)**

**Учебная литература** (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Гулевич, О. А. Социальная психология : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. А. Гулевич, И. Р. Сариева. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Каменская, В. Г. Психология управления. Социально-психологические основы управленческой деятельности : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Г. Каменская. – 2-е изд., стер. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Корягина, Н. А. Социальная психология: теория и практические методы : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Корягина. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Крысько, В. Г. Социальная психология : учебник для бакалавров / В. Г. Крысько. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Почебут, Л. Г. Организационная социальная психология : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. Г. Почебут, В. А. Чикер. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

5. Психология и психопатология терроризма. Гуманитарные стратегии антитеррора : монография / М. М. Решетников [и др.] ; под редакцией М. М. Решетникова. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

6. Хренов, Н. А. Социальная психология зрелищного общения: теория и история : монография / Н. А. Хренов. – 2-е изд., стер. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

#### **Периодические издания**

Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. : Научный журнал. – Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Издательский Дом)

Право и цифровая экономика. – Москва : ФГБОУ ВПО "Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)"

#### **Иные электронные образовательные ресурсы**

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Рукопт» (Электронная библиотечная система «Рукопт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт») <https://rucont.ru/> или <https://lib.rucont.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

## **II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)**

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

**Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:** Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

#### **Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

#### **Электронные информационные ресурсы**

**Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)**

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) ([http://www.unece.org/stats/stats\\_h.html](http://www.unece.org/stats/stats_h.html))

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)

Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)

Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)

Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)

Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)

Всемирная торговая организация (World Trade Organization) ([https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statis\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm))

Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

*Состав международных реферативных баз данных научных изданий*

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)

PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)

OMICs International (<https://www.omicsonline.org/>)

Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)

Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)

OAPEN (<https://www.oapen.org/>)

Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)

Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)

Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)

ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)

Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

#### **Состав информационных справочных систем**

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)

Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)

Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)

Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)

Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)

Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)

Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)

Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rosпотребнадzor.ru/documents/documents.php>)

*Состав информационных справочных правовых систем*

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>)

Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>)

Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>)

Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>)

Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>)

#### **Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти**

Президент России (<http://kremlin.ru/>)

Правительство России (<http://government.ru/>)

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)

Банк России (<https://www.cbr.ru/>)

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

***Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)***

ТАСС (<https://tass.ru/>)

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)

Forbes (<https://www.forbes.ru/>)

ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)

Известия (<https://iz.ru/>)

РБК (<https://www.rbc.ru/>)

RT (<https://rt.com/>)

***Информационные поисковые системы***

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)

Google (ссылка: <https://www.google.com/>)

Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)

Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)

Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)



Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Университет БРИКС (ЮниБРИКС)»

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета БРИКС  
«15» февраля 2021г.  
(Решение № УС 15-02-21/1 от 15.02.2021)

Мотивированное мнение Студенческого совета Университета  
БРИКС учтено

«15» февраля 2021г.  
(Протокол от 15.02.2021 № СС15-02-21/1)

Мотивированное мнение Научного студенческого совета

Университета БРИКС учтено

«15» февраля 2021г.  
(Протокол от 15.02.2021 № НС15-02-21/1)



**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета БРИКС  
Клевцов Виталий Владимирович  
«15» февраля 2021 г.  
(Приказ № 15-02-21/1)

## Оценочные материалы по дисциплине История развития связей с общественностью и рекламы

Направление подготовки

### 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа  
**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность (профиль) программы  
**Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Форма обучения – **заочная**

**СОГЛАСОВАНО**

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ  
"КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА "ФИНИУМ"

Заместитель генерального директора по стратегическому  
развитию

Соловьева Анастасия Владимировна, кандидат экономических  
наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

**СОГЛАСОВАНО**

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
"МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ"  
Проректор по учебной работе

Гафарова Оксана Владимировна, кандидат экономических наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

Москва  
2021

Программу разработал(и):

Сирота Юлия Юрьевна, старший преподаватель

кандидат филологических наук Минова Мария Владимировна, доцент



## 1. Область применения оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой совокупность оценочных средств, предназначенных для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике; для оценки сформированности у обучающихся индикаторов достижения компетенций, установленных ОПОП.

Настоящие оценочные материалы предназначены для оценки результатов обучения по дисциплине История развития связей с общественностью и рекламы, для оценки сформированности у обучающихся соответствующих индикаторов достижения компетенций.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы	Индикаторы достижения компетенций
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	РОПК-3 формирование компетенции ОПК-3 Способен и использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	РОПК-3 формирование компетенции ОПК-3 Способен и использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

## 3. Перечень индикаторов достижения компетенций, соотнесенных с оценочными средствами

Текущий контроль успеваемости или промежуточная аттестация обучающихся	Оценочные средства	Индикатор(ы) достижения компетенций
Текущий контроль успеваемости: Устные опросы (два в календарный модуль)	Вопросы для устных опросов	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи
Текущий контроль успеваемости: Контрольная работа	Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы); ситуационные задания	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи
Промежуточная аттестация обучающихся: Экзамен	Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся); ситуационные задания	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

## 4. Характеристика оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля успеваемости обучающихся и используются устные опросы и контрольная работа.

### Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижения компетенций, обладает большими возможностями воспитательного воздействия педагогического работника.

Устный опрос проводится во время занятий семинарского типа. Устный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы устного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Устные опросы организованы так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Перечень вопросов для устного опроса доводится до сведения студентов.

### **Контрольная работа**

Контрольная работа дает возможность:

- сформировать для всех обучающихся одинаковые условия,
- объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя,
- проверить обоснованность оценки.

Цель контрольной работы – закрепление основных положений изучаемой дисциплины и умение использовать их на практике при решении профессиональных задач.

Достижение цели предполагает решение следующих задач:

- дать ответы на теоретические вопросы по курсу;
- выполнить ситуационные задания.

Контрольная работа включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

### **Ситуационное задание**

Ситуационное задание позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций.

Выполнение ситуационного задания состоит в определении способа деятельности в той или иной ситуации и(или) выполнения этой деятельности.

Для обеспечения равноценности заданий рекомендуется малое количество вариантов ситуационных заданий для промежуточной аттестации обучающихся, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным. Для проведения текущего контроля успеваемости рекомендуется один вариант ситуационных заданий, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным.

Ситуационное задание представляет собой описание конкретной ситуации, типичной для профессионального вида деятельности и(или) области знаний, соответствующих образовательной программе и осваиваемой дисциплине. Содержание ситуационного задания может включать описание условий деятельности и желаемого результата или конкретного задания (задачи). Ситуационное задание может содержать избыточную информацию или характеризоваться недостатком информации, что необходимо для того, чтобы подготовить обучающегося для успешной жизни в информационном обществе.

### **Письменный опрос**

Письменный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций, освоение содержания дисциплины, умение логически построить ответ, владение письменной речью.

Письменный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы письменного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Перечень вопросов для письменного опроса доводится до сведения студентов.

Письменный опрос применяется как часть контрольной работы для текущего контроля успеваемости обучающихся.

## **5. Характеристика оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

### **Экзамен**

Экзамен – это форма промежуточной аттестации обучающихся, которая проходит в устной или письменной форме (определяется преподавателем). Задания для проведения экзамена выполняются обучающимся самостоятельно. Экзамен проводится по билетам, включающим задания для проведения экзамена.

Задание для проведения экзамена включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Теоретические вопросы для экзамена избираются на основе вопросов для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся), определенных в настоящей ОПОП.

За выполнение заданий экзамена выставляется оценка по пятибалльной системе оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

## **6. Критерии оценивания (оценки)**

### Критерии оценивания устного и письменного опросов

Оценка		Критерии оценивания (оценки)
Устный опрос	Письменный опрос	
Зачтено	Отлично (числовое обозначение оценки - «5»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и полно и аргументированно отвечает по содержанию вопросов; обнаруживается понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно.
	Хорошо (числовое обозначение оценки - «4»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
	Удовлетворительно (числовое обозначение оценки - «3»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается знание и понимание основных положений вопросов, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
Не зачтено	Неудовлетворительно (числовое обозначение оценки - «2»)	Оценка ставится, если обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается незнание ответов на вопросы, обучающийся допускает ошибки в формулировке определений и(или) правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

### Критерии оценивания (оценки) ситуационного задания

Оценка	Числовое обозначение оценки	Критерии оценивания (оценки)
Отлично	5	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Объяснение хода его выполнения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с правильным и свободным владением профессиональной терминологией; ответ(ы) на вопрос(ы) задания верный(ые), четкий(ие), непротиворечивые.
Хорошо	4	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Допускаются незначительные неточности. Объяснение хода его выполнения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании. Допускаются единичные ошибки в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания верные, непротиворечивые, но недостаточно четкие.
Удовлетворительно	3	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно правильный(ые). Объяснение хода его выполнения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания недостаточно четкие, с ошибками в деталях, противоречивые.
Неудовлетворительно	2	Обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно неправильные. Объяснение хода её решения дано неполное, непоследовательное, с

		грубыми ошибками, без теоретического обоснования (в т.ч. лекционным материалом); ответы на дополнительные вопросы неправильные (отсутствуют).
--	--	---

### **Критерии оценивания (оценки) контрольной работы**

За выполнение контрольной работы выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «Отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

### **Критерии оценивания (оценки) экзамена**

За выполнение заданий экзамена выставляется оценка по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). За выполнение заданий экзамена выставляется средняя оценка (среднее арифметическое с округлением в пользу студента) за выполнение трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

## **7. Содержание оценочных средств**

### **Задания для текущего контроля успеваемости**

#### **Вопросы для устных опросов**

Факторы, обусловившие возникновение коммуникации.  
Зарождение межкультурной коммуникации.  
Коммуникация как средство поддержания власти.  
Политическая коммуникация в Древней Греции.  
Особенности политической коммуникации в Древнем Риме.  
Коммуникация в религиозной сфере.  
Деловая коммуникация в античном мире.  
Международная и межкультурная коммуникация античного мира.  
Античные представления о коммуникации.  
Политическая коммуникация в раннесредневековом обществе.  
Эволюция политической коммуникации в эпоху развитого феодализма.  
Эпоха Ренессанса — новый этап в развитии политической коммуникации.  
Общественные связи христианской церкви.  
Торговая коммуникация в Средние века.  
Особенности межкультурных связей в эпоху Средневековья.  
Представления о коммуникации в Средние века.  
Социальная коммуникация в государственной и политической сфере.  
Политическая коммуникация на «родине» PR.  
Коммуникация в социальной сфере.  
Деловая коммуникация.  
Международная коммуникация в XVII—XVIII вв.  
Коммуникационная мысль Нового времени.  
Институционализация деятельности по связям с общественностью и рекламе.  
Политические PR.  
Связи с общественностью и реклама в коммерческой сфере.  
Некоммерческие PR.  
Коммуникационная мысль в XIX веке.  
Зарождение методологии и исследований в сфере коммуникации.  
Информационная деятельность властных структур.  
PR цвета хаки.  
Связи с общественностью в политической и социальной сфере.  
PR в бизнесе: американский бум.  
Развитие PR-бизнеса в Европе.  
PR как бизнес.  
Профессиональные объединения PR-специалистов и их деятельность.  
Некоторые особенности развития PR в бизнесе на рубеже тысячелетий.  
От коммуникационных идей к теории коммуникации.

PR, реклама и маркетинг: история конфликта.

Особенности политической и межкультурной коммуникации на Древнем Востоке.

Политическая коммуникация средневекового Востока.

Связи с общественностью и реклама в торговой сфере.

Представления о коммуникации на Востоке.

«Восточные PR» в XX веке: использование западного опыта.

«Восточные PR» в XX веке: самобытные черты.

Коммуникация в государственной и политической сфере: от Древней Руси до Московского царства.

Политическая коммуникация в имперский период.

Советская пропаганда.

Коммуникация в экономической сфере.

Российские связи с общественностью и реклама на рубеже XX-XXI вв. – необходимость или подражание Западу?

Период институционализации связей с общественностью и рекламы в России.

Становление отечественной теории связей с общественностью и рекламы.

### **Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)**

Каковы были факторы зарождения коммуникации в первобытном обществе?

В результате чего стали формироваться прототипы целевых аудиторий в доисторическое время?

Что послужило причиной необходимости межкультурных коммуникаций?

Каковы были главные задачи коммуникации в доисторическое время?

Какими средствами племенные вожди формировали положительный образ среди соплеменников?

Как религия способствовала достижению этой цели?

Когда начало появляться различие между культурами регионов мира?

Какие инструменты использовались в политической коммуникации Древней Греции?

Какими способами формирования политической репутации пользовались древние греки?

Каковы сходства и отличия в политической коммуникации Древней Греции и Древнего Рима?

С помощью каких коммуникационных инструментов римские политики и правители вели информационные войны против своих противников?

Кто из античных богов может считаться покровителем коммуникации?

Какие ритуалы и мероприятия способствовали формированию поддержки властей Рима со стороны народа?

Каковы были первые инструменты деловой коммуникации в античном мире?

Какие примеры коммерческой рекламы в Древней Греции и Риме вы можете привести?

Каким образом в античном мире осуществлялась дезинформация на международном уровне?

Какие средства использовали в Древней Греции и Риме для выстраивания положительных отношений с иностранными государствами?

Какие виды коммуникации существовали в Древней Греции?

Кто может быть отнесен к числу теоретиков коммуникации в Греции и Риме?

Почему уровень политической коммуникации в раннесредневековой Европе снизился по сравнению с античным миром?

Какую роль в формировании общественного мнения в раннем Средневековье играли слухи? Как с ними боролись власти?

Какие качества и деяния позволяли средневековым монархам формировать благоприятный имидж в глазах подданных?

Какие обвинения в Средние века влияли на репутацию наиболее негативно?

Как повлияло на развитие коммуникации изобретение книгопечатания?

Какую роль в формировании общественного мнения сыграли «журналисты» позднего Средневековья?

Какими инструментами коммуникации они пользовались?

Чем отличалась коммуникационная деятельность христианской церкви от деятельности священнослужителей в античном мире?

Какие средства деловой коммуникации и использовали средневековые торговцы?

Почему письменная коммуникация не получила значительного развития в Средние века?

Какую роль в развитии политической и деловой коммуникации сыграло появление газет?

Как установление связей Западом с Востоком отразилось на межкультурной коммуникации?

Каковы были основные тенденции развития представлений о коммуникации? В рамках каких наук они нашли отражение?

Почему представителям власти в XVII–XVIII вв. требовалось уделять больше внимания формированию политического имиджа, чем в Древнем мире и Средневековье?

Насколько в XVII–XVIII вв. возросла роль письменной коммуникации?

Почему при этом не уменьшилась роль устных коммуникационных средств?

В какой сфере коммуникационная деятельность в Британской Америке (и затем – в США) развивалась наиболее активно? Почему?

Какие средства политической коммуникации оказались самыми эффективными в эпоху Войны за независимость?

Как повлияли традиции эпохи Просвещения на развитие социальной коммуникации?

Каковы основные тенденции развития деловой коммуникации в XVII– XVIII вв.?

Какие средства деловой коммуникации, зародившиеся в этот период, активно используются и сегодня?

В каких сферах международная и межкультурная коммуникация оказалась наиболее востребованной? Какие тенденции развития общества нашли в ней отражение?

С чем было связано активное развитие коммуникационной мысли в XVII– XVIII вв.? Назовите имена ученых, уделявших внимание вопросам коммуникации.

Каким образом происходил процесс институционализации коммуникационной деятельности в XIX в.?

Почему навыки журналистской деятельности и контакты среди журналистов становятся главным требованием к специалистам по связям с общественностью?

В каких новых сферах политических отношений оказались востребованы инструменты коммуникационной деятельности?

Какова была политика властей в отношении прессы?

Какие новые средства коммуникации стали развиваться в XIX в. в сфере бизнеса?

Как коммуникация помогала конкурентной борьбе крупных корпораций?

Почему широкое развитие получила коммуникационная деятельность в социальной сфере? Какие средства в ней использовались?

На основе каких наук развивалась коммуникационная мысль в Европе и США?

Почему связи с общественностью в отличие от рекламы не приобрели в XIX в. характер систематической деятельности?

Какие политические причины обусловили переход от единовременных коммуникационных акций к комплексным PR-кампаниям?

Почему пропаганда была наиболее широко используемым направлением политической коммуникации в особых обстоятельствах?

Какие законы, регулирующие коммуникационную деятельность, принимались в XX в.?

В чем была специфика связей с общественностью в военной сфере?

Что изменилось в политической коммуникации в XX в. по сравнению с предыдущими эпохами?

Что позволяет выделить в особые направления коммуникационной деятельности связи с общественностью церковных организаций и сферы шоу-бизнеса?

Каковы основные тенденции развития PR в деловой сфере в XX в.?

Как связи с общественностью сами превратились в бизнес?

Какую роль в коммуникационной деятельности сыграли общественных организации в сфере PR?

Как в XX в. соотносились PR, реклама и маркетинг?

Кто оказал наибольшее влияние на развитие теории и практики PR в XX в.?

Когда в вузах началась подготовка специалистов по связям с общественностью?

Какие особенности политического и социального развития предопределили специфику коммуникации на Востоке по сравнению с западным миром?

Что обусловило высокий уровень развития межкультурных коммуникаций в восточных обществах?

Какие факторы повлияли на развитие системы коммуникаций на Востоке в Средние века?

Какие средства формирования общественного мнения использовали власти восточных государств и их политические противники?

Как религиозные каноны использовались в коммуникационной деятельности? Приведите примеры из истории Древнего Востока и мусульманского мира Средневековья.

В чем была специфика торговой коммуникации в странах Востока?

Охарактеризуйте развитие коммуникационной мысли на Востоке. Приведите примеры трудов, в которых она нашла отражение.

Что было позаимствовано из западного опыта PR на Востоке?

Какие особенности связей с общественностью на Востоке позволяют говорить об особой «восточной» традиции этой деятельности?

На каких уровнях осуществлялась политическая коммуникация в Киевской Руси?

Можно ли сказать, что она носила односторонний характер?

Какие приемы и инструменты политической коммуникации были позаимствованы русскими правителями из Золотой Орды?

Какие основные каналы коммуникации использовались в Российской империи?

Как развивалась политика имперских властей в отношении прессы в XVIII – XIX вв.?

Какие особенности имела советская пропаганда?

Как советские власти обеспечивали обратную связь с населением?

Охарактеризуйте деловые коммуникации в России до XIX в.

Какие новые средства коммуникации стали использовать отечественные предприниматели в XIX – начале XX вв.?

Использовалась ли деловая коммуникация в СССР?

Насколько обосновано активное использование западного опыта PR в постсоветской России?

Когда в России начинается институционализация связей с общественностью? Назовите ее основные направления.

В чем сходства отечественной теории коммуникации с западной и в чем ее особенности?

Когда в России началась подготовка специалистов по связям с общественностью в высших учебных заведениях?



## Варианты заданий для контрольной работы

Варианты заданий для контрольной работы распределяются между обучающимися педагогическим работником.

### Варианты заданий для контрольной работы

#### ВАРИАНТ 1

##### **Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)**

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

##### **Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:**

ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

##### **Ситуационное задание № 1**

Рассмотрите предложенный текст и приведите примеры удачных и неудачных коммуникационных действий, описанных в примере, и обоснуйте их причины с точки зрения «информационной войны». Демонстрируя кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, назовите какие средства политической коммуникации сохраняют актуальность сегодня или были использованы во внутренней и внешней политике в конкретных исторических периодах.

Потомки Чингис-хана использовали общественное мнение для достижения политических целей не менее эффективно, чем сам основатель династии. Ярким примером тому является политика основателя Бухарского ханства — Абу-л-Фатха Мухаммеда Шах-Бахта, более известного как Шейбани-хан (1451–1510). Прямой потомок Чингис-хана в 12-м поколении, Мухаммед Шейбани после смерти деда, узбекского хана Абу-л-Хайра, в 1468 г. был вынужден спастись от могущественных врагов и в течение ряда лет вел жизнь искателя приключений. Он скрывался у дальних родичей в Хаджи-Тархане (Астрахани), учился в бухарском медресе, вступил в суфийский орден Накшбандийа, был «казаком» (наемником) на службе у еще одного родственника — кашгарского хана Махмуда. Наконец, к концу XV в ему удалось собрать приверженцев своей династии, во главе которых он вторгся в Мавераннахр — историческую область между Амударьей и Сырдарьей, крупнейшими городами которой были Самарканд, Бухара, Ходжент. Этим регионом к тому времени уже более 100 лет управляли потомки грозного среднеазиатского завоевателя Тимура, имевшие в своем распоряжении хорошо укрепленные крепости и многочисленные войска, намного превосходившие силы Шейбани по численности, опыту и вооружению. Однако узбекский царевич имел несколько преимуществ, которые не преминул использовать, чтобы привлечь на свою сторону местное население. Прежде всего, он был прямым потомком Чингис-хана по мужской линии и в качестве такового имел законные права на трон в любом из государств, основанных Чингизидами. Тимуриды же, управлявшие Мавераннахром, отстранив потомков Чингис-хана, сами никакого отношения к последнему не имели и потому считались узурпаторами трона и власти. Таким образом, никому неизвестный пришелец из степей в глазах местного населения был более законным правителем, нежели те, кто управлял страной уже более века. Кроме того, Мухаммеду было прекрасно известно о разногласиях потомков Тимура со среднеазиатским духовенством, которое порицало Тимуридов за то, что те в большей мере опирались на древние монгольские обычаи, чем на шариат. Тут очень кстати оказалось, что Шейбани-хан учился в бухарском медресе и состоял в ордене Накшбандийа — одном из самых влиятельных в Средней Азии того времени. Этим он противопоставил себя Тимуридам, которых правоверные мусульмане считали неверными и язычниками. Кроме того, населению Мавераннахра очень льстило, что Шейбани-хан мог общаться с представителями разных народностей на их собственных языках: он одинаково хорошо владел узбекским, таджикским и персидским. Поэтому, нет ничего удивительного, что Шейбани-хану удалось очень скоро взять верх над Тимуридами. В 1499 г. он захватил Бухару, а в 1500г. — Самарканд. При этом он старался обеспечить себе поддержку местного населения, создавая себе репутацию просвещенного правителя. Во время обучения в медресе Мухаммед овладел искусством живописи и считался одним из выдающихся поэтов своего времени, он оставил ряд поэтических и крупное прозаическое произведение. Кроме того, он не упускал случая показать благочестие, делая богатые пожертвования служителям мусульманского культа и активно принимая участие в богословских и правовых диспутах. Конечно же, население Средней Азии поддержало столь идеального монарха, забыв, что и многие Тимуриды были не менее просвещенными правителями, покровителями науки и искусства, как, например, Хусейн Байкара, наследников которого Мухаммед выгнал из Герата, в 1506 г. Шейбани-хан также стремился предстать перед новыми подданными и как великодушный правитель. Так, захватив Самарканд и пленив его правителя Султана-Али-мирзу, он сохранил ему жизнь и прилюдно даровал свободу, позволив отправиться туда, куда тот пожелает. И мало кому было известно, что вдогонку за ним Мухаммед отправил своих людей, которым приказал умертвить свергнутого правителя. Точно,



так же он поступил и с кашгарским ханом Махмудом, на службе у которого когда-то прежде был «казаком»: разгромив его и взяв в плен, он великодушно отпустил его. Но впоследствии, когда кашгарский хан опять вторгся в Мавераннахр, Мухаммед Шейбани вновь разгромил его и приказал умертвить вместе со всеми сыновьями, сумев представить это как заслуженное наказание вероломного противника.

### Ситуационное задание № 2

Прочитайте текст и приведите примеры использования средств коммуникаций в исторических событиях с применением методов пропаганды, описанных в тексте. Применяя знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи, дайте общую характеристику коммуникационным приемам и опишите какие PR-методы были применены.

Каждому значительному событию в мировой истории, появлению на исторической сцене крупного политического деятеля непременно предшествует ряд мероприятий, которые мы сегодня называем «PR-акции». История сохраняет для нас даты событий, имена монархов, полководцев, министров. Но мы практически никогда не знаем тех, кто обеспечивал им поддержку общественного мнения — этих «бойцов невидимого фронта», предшественников современных специалистов по связям с общественностью. Имя Чингис-хана известно всем. Ему посвящено немало хроник и исследований, публикации о нем и сегодня регулярно появляются в СМИ. Так, средневековые хронисты, историки, журналисты сознательно или подсознательно оказались имиджмейкерами этого выдающегося деятеля. Но только узкому кругу историков-востоковедов известно имя самого первого имиджмейкера — того, который в прямом смысле слова сделал Чингис-хана - Чингис-ханом. Этот человек был шаманом и звали его Тэб-Тэнгри. Настоящее имя Тэб-Тэнгри было Кокочу (или Кэччу). Он родился в 1163 г. в семье Мунлика, человека благородного происхождения.

Итак, было проведено предварительное исследование, показавшее: монголы настроены в пользу восстановления ханской власти. Оставалось теперь убедить монголов, что эта кандидатура — наиболее подходящая для ханского трона. Первый этап «предвыборной» кампании, начатой Тэб-Тэнгри, оказался одновременно и удачным, и неудачным. Как представитель аристократии шаман старался привлечь на сторону своего кандидата монгольскую знать и не слишком в этом преуспел. То ли аргументы Тэб-Тэнгри были не столь убедительны, то ли он переоценил желание монголов восстановить ханскую власть, но поначалу Тэмуджина поддержали только несколько нойонов. При этом даже не слишком почетные страницы биографии Чингис-хана его агитаторы умели обратить в положительную сторону. Кроме того, помимо личного имиджа нового хана также распространялись сведения о его деятельности: мерах по укреплению центральной власти, защите подданных от набегов врага, упорядочению системы сборов и тд. Поскольку Тэб-Тэнгри не афишировал своей близости к хану Тэмуджину, его слова воспринимались с большим доверием — как свидетельство незаинтересованной стороны. На этот раз методы Тэб-Тэнгри оказались успешнее: к хану Тэмуджину начали переходить не только отдельные нойоны, но и целые семейства, кочевья, курени простолюдинов. И вскоре он уже имел возможность создать собственную армию и зарекомендовать себя не только как талантливый администратор, но и как удачливый военачальник. Тэмуджину удалось подчинить себе почти все монгольские народы, включая такие крупные племенные союзы, как меркиты, татары, ханства кераитов и найманов. Под конец он одержал победу над когда-то лучшим другом, а потом злейшим врагом — Джамухой, носившим титул турхана (хана над ханами). Но для всех покоренных народов Тэмуджин оставался узурпатором, истребившим семейства их законных правителей.

Так завершилась долгая и сложная PR-кампания, приведшая к возникновению крупнейшей в мировой истории державы. Ожидания Тэб-Тэнгри оправдались: он возвысился вместе со своим протеже. Его отец Мунлик стал первым среди приближенных Чингис-хана и даже женился на его матери. Шесть братьев шамана получили важные должности и богатые владения. Сам шаман на пирах и официальных мероприятиях восседал рядом с ханом — выше всех остальных. Примечательно, что сам Тэб-Тэнгри не потребовал себе какого-либо, титула, например, главного шамана, предпочитая оставаться «серым кардиналом». Но ни почести, доставшиеся его семейству, ни собственное положение не могли удовлетворить деятельного Тэб-Тэнгри, чьи услуги отныне были не нужны новому степному императору. И тогда шаман и его семейство начинают исподволь переманивать к себе людей от разных нойонов и даже от самого хана и его братьев. Когда один из братьев Чингис-хана Хасар стал возмущаться действиями Тэб-Тэнгри, тот намекнул Чингис-хану, что Хасар сам метит на трон. Дело чуть не дошло до братоубийства, и только вмешательство матери удержало Чингис-хана.

### Письменный опрос

Вопрос 1	Что позволяет выделить в особые направления коммуникационной деятельности связи с общественностью церковных организаций и сферы шоу-бизнеса?
Вопрос 2	Как советские власти обеспечивали обратную связь с населением?
Вопрос 3	Каковы были основные тенденции развития представлений о коммуникации? В рамках каких наук они нашли отражение?
Вопрос 4	Когда в России началась подготовка специалистов по связям с общественностью в высших учебных заведениях?
Вопрос 5	Какова была политика властей в отношении прессы?



## ВАРИАНТ 2

### **Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)**

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

### **Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:**

ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

### **Ситуационное задание №1**

Рассмотрите предложенный текст и приведите примеры удачных и неудачных коммуникационных действий, описанных в примере, и обоснуйте их причины с точки зрения «информационной войны». Демонстрируя кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, назовите какие средства политической коммуникации сохраняют актуальность сегодня или были использованы во внутренней и внешней политике в конкретных исторических периодах.

Потомки Чингис-хана использовали общественное мнение для достижения политических целей не менее эффективно, чем сам основатель династии. Ярким примером тому является политика основателя Бухарского ханства — Абу-л-Фатха Мухаммеда Шах-Бахта, более известного как Шейбани-хан (1451—1510). Прямой потомок Чингис-хана в 12-м поколении, Мухаммед Шейбани после смерти деда, узбекского хана Абу-л-Хайра, в 1468 г. был вынужден спасаться от могущественных врагов и в течение ряда лет вел жизнь искателя приключений. Он скрывался у дальних родичей в Хаджи-Тархане (Астрахани), учился в бухарском медресе, вступил в суфийский орден Накшбандийа, был «казаком» (наемником) на службе у еще одного родственника — кашгарского хана Махмуда. Наконец, к концу XV в ему удалось собрать приверженцев своей династии, во главе которых он вторгся в Мавераннахр — историческую область между Амударьей и Сырдарьей, крупнейшими городами которой были Самарканд, Бухара, Ходжент. Этим регионом к тому времени уже более 100 лет управляли потомки грозного среднеазиатского завоевателя Тимура, имевшие в своем распоряжении хорошо укрепленные крепости и многочисленные войска, намного превосходившие силы Шейбани по численности, опыту и вооружению. Однако узбекский царевич имел несколько преимуществ, которые не преминул использовать, чтобы привлечь на свою сторону местное население. Прежде всего, он был прямым потомком Чингис-хана по мужской линии и в качестве такового имел законные права на трон в любом из государств, основанных Чингизидами. Тимуриды же, управлявшие Мавераннахром, отстранив потомков Чингис-хана, сами никакого отношения к последнему не имели и потому считались узурпаторами трона и власти. Таким образом, никому неизвестный пришелец из степей в глазах местного населения был более законным правителем, нежели те, кто управлял страной уже более века. Кроме того, Мухаммеду было прекрасно известно о разногласиях потомков Тимура со среднеазиатским духовенством, которое порицало Тимуридов за то, что те в большей мере опирались на древние монгольские обычаи, чем на шариат. Тут очень кстати оказалось, что Шейбани-хан учился в бухарском медресе и состоял в ордене Накшбандийа — одном из самых влиятельных в Средней Азии того времени. Этим он противопоставил себя Тимуридам, которых правоверные мусульмане считали неверными и язычниками. Кроме того, населению Мавераннахра очень льстило, что Шейбани-хан мог общаться с представителями разных народностей на их собственных языках: он одинаково хорошо владел узбекским, таджикским и персидским. Поэтому, нет ничего удивительного, что Шейбани-хану удалось очень скоро взять верх над Тимуридами. В 1499 г. он захватил Бухару, а в 1500г. — Самарканд. При этом он старался обеспечить себе поддержку местного населения, создавая себе репутацию просвещенного правителя. Во время обучения в медресе Мухаммед овладел искусством живописи и считался одним из выдающихся поэтов своего времени, он оставил ряд поэтических и крупное прозаическое произведение. Кроме того, он не упускал случая показать благочестие, делая богатые пожертвования служителям мусульманского культа и активно принимая участие в богословских и правовых диспутах. Конечно же, население Средней Азии поддержало столь идеального монарха, забыв, что и многие Тимуриды были не менее просвещенными правителями, покровителями науки и искусства, как, например, Хусейн Байкара, наследников которого Мухаммед выгнал из Герата, в 1506 г. Шейбани-хан также стремился предстать перед новыми подданными и как великодушный правитель. Так, захватив Самарканд и пленив его правителя Султана-Али-мирзу, он сохранил ему жизнь и прилюдно даровал свободу, позволив отправиться туда, куда тот пожелает. И мало кому было известно, что вдогонку за ним Мухаммед отправил своих людей, которым приказал умертвить свергнутого правителя. Точно, так же он поступил и с кашгарским ханом Махмудом, на службе у которого когда-то прежде был «казаком»: разгромив его и взяв в плен, он великодушно отпустил его. Но впоследствии, когда кашгарский хан опять вторгся в Мавераннахр, Мухаммед Шейбани вновь разгромил его и приказал умертвить вместе со всеми сыновьями, сумев представить это как заслуженное наказание вероломного противника.

### **Ситуационное задание №2**

Прочитайте текст и приведите примеры использования средств коммуникаций в исторических событиях с применением методов пропаганды, описанных в тексте. Применяя знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи, дайте общую характеристику коммуникационным приемам и опишите какие PR-методы были применены.

Каждому значительному событию в мировой истории, появлению на исторической сцене крупного политического деятеля непременно предшествует ряд мероприятий, которые мы сегодня называем «PR-акции». История сохраняет для нас даты событий, имена монархов, полководцев, министров. Но мы практически никогда не знаем тех, кто обеспечивал им поддержку общественного мнения — этих «бойцов невидимого фронта», предшественников современных специалистов по связям с общественностью. Имя Чингис-хана известно всем. Ему посвящено немало хроник и исследований, публикации о нем и сегодня регулярно появляются в СМИ. Так, средневековые хронисты, историки, журналисты сознательно или подсознательно оказались имиджмейкерами этого выдающегося деятеля. Но только узкому кругу историков-востоковедов известно имя самого первого имиджмейкера — того, который в прямом смысле слова сделал Чингис-хана - Чингис-ханом. Этот человек был шаманом и звали его Тэб-Тэнгри. Настоящее имя Тэб-Тэнгри было Кокочу (или Кэччу). Он родился в 1163 г. в семье Мунлика, человека благородного происхождения.

Итак, было проведено предварительное исследование, показавшее: монголы настроены в пользу восстановления ханской власти. Оставалось теперь убедить монголов, что эта кандидатура — наиболее подходящая для ханского трона. Первый этап «предвыборной» кампании, начатой Тэб-Тэнгри, оказался одновременно и удачным, и неудачным. Как представитель аристократии шаман старался привлечь на сторону своего кандидата монгольскую знать и не слишком в этом преуспел. То ли аргументы Тэб-Тэнгри были не столь убедительны, то ли он переоценил желание монголов восстановить ханскую власть, но поначалу Тэмуджина поддержали только несколько нойонов. При этом даже не слишком почетные страницы биографии Чингис-хана его агитаторы умели обратить в положительную сторону. Кроме того, помимо личного имиджа нового хана также распространялись сведения о его деятельности: мерах по укреплению центральной власти, защите подданных от набегов врага, упорядочению системы сборов и тд. Поскольку Тэб-Тэнгри не афишировал своей близости к хану Тэмуджину, его слова воспринимались с большим доверием — как свидетельство незаинтересованной стороны. На этот раз методы Тэб-Тэнгри оказались успешнее: к хану Тэмуджину начали переходить не только отдельные нойоны, но и целые семейства, кочевья, курени простолюдинов. И вскоре он уже имел возможность создать собственную армию и зарекомендовать себя не только как талантливый администратор, но и как удачливый военачальник. Тэмуджину удалось подчинить себе почти все монгольские народы, включая такие крупные племенные союзы, как меркиты, татары, ханства кераитов и найманов. Под конец он одержал победу над когда-то лучшим другом, а потом злейшим врагом — Джамухой, носившим титул турхана (хана над ханами). Но для всех покоренных народов Тэмуджин оставался узурпатором, истребившим семейства их законных правителей.

Так завершилась долгая и сложная PR-кампания, приведшая к возникновению крупнейшей в мировой истории державы. Ожидания Тэб-Тэнгри оправдались: он возвысился вместе со своим протеже. Его отец Мунлик стал первым среди приближенных Чингис-хана и даже женился на его матери. Шесть братьев шамана получили важные должности и богатые владения. Сам шаман на пирах и официальных мероприятиях восседал рядом с ханом — выше всех остальных. Примечательно, что сам Тэб-Тэнгри не потребовал себе какого-либо, титула, например, главного шамана, предпочитая оставаться «серым кардиналом». Но ни почести, доставшиеся его семейству, ни собственное положение не могли удовлетворить деятельного Тэб-Тэнгри, чьи услуги отныне были не нужны новому степному императору. И тогда шаман и его семейство начинают исподволь переманивать к себе людей от разных нойонов и даже от самого хана и его братьев. Когда один из братьев Чингис-хана Хасар стал возмущаться действиями Тэб-Тэнгри, тот намекнул Чингис-хану, что Хасар сам метит на трон. Дело чуть не дошло до братоубийства, и только вмешательство матери удержало Чингис-хана.

### Письменный опрос

Вопрос 1	Какие новые средства коммуникации стали использовать отечественные предприниматели в XIX — начале XX вв.?
Вопрос 2	Какие средства деловой коммуникации использовали средневековые торговцы?
Вопрос 3	Каковы основные тенденции развития PR в деловой сфере в XX в.?
Вопрос 4	Какие особенности имела советская пропаганда?
Вопрос 5	В чем была специфика торговой коммуникации в странах Востока?

### ВАРИАНТ 3

#### **Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)**

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

#### **Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:**

ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

#### **Ситуационное задание №1**

Рассмотрите предложенный текст и приведите примеры удачных и неудачных коммуникационных действий, описанных в примере, и обоснуйте их причины с точки зрения «информационной войны». Демонстрируя кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, назовите какие средства политической коммуникации сохраняют актуальность сегодня или были использованы во внутренней и внешней политике в конкретных исторических периодах.

Потомки Чингис-хана использовали общественное мнение для достижения политических целей не менее эффективно, чем сам основатель династии. Ярким примером тому является политика основателя Бухарского ханства — Абу-л-Фатха Мухаммеда Шах-Бахта, более известного как Шейбани-хан (1451—1510). Прямой потомок Чингис-хана в 12-м поколении, Мухаммед Шейбани после смерти деда, узбекского хана Абу-л-Хайра, в 1468 г. был вынужден спасаться от могущественных врагов и в течение ряда лет вел жизнь искателя приключений. Он скрывался у дальних родичей в Хаджи-Тархане (Астрахани), учился в бухарском медресе, вступил в суфийский орден Накшбандийа, был «казаком» (наемником) на службе у еще одного родственника — кашгарского хана Махмуда. Наконец, к концу XV в ему удалось собрать приверженцев своей династии, во главе которых он вторгся в Мавераннахр — историческую область между Амударьей и Сырдарьей, крупнейшими городами которой были Самарканд, Бухара, Ходжент. Этим регионом к тому времени уже более 100 лет управляли потомки грозного среднеазиатского завоевателя Тимура, имевшие в своем распоряжении хорошо укрепленные крепости и многочисленные войска, намного превосходившие силы Шейбани по численности, опыту и вооружению. Однако узбекский царевич имел несколько преимуществ, которые не преминул использовать, чтобы привлечь на свою сторону местное население. Прежде всего, он был прямым потомком Чингис-хана по мужской линии и в качестве такового имел законные права на трон в любом из государств, основанных Чингизидами. Тимуриды же, управлявшие Мавераннахром, отстранив потомков Чингис-хана, сами никакого отношения к последнему не имели и потому считались узурпаторами трона и власти. Таким образом, никому неизвестный пришелец из степей в глазах местного населения был более законным правителем, нежели те, кто управлял страной уже более века. Кроме того, Мухаммеду было прекрасно известно о разногласиях потомков Тимура со среднеазиатским духовенством, которое порицало Тимуридов за то, что те в большей мере опирались на древние монгольские обычаи, чем на шариат. Тут очень кстати оказалось, что Шейбани-хан учился в бухарском медресе и состоял в ордена Накшбандийа — одном из самых влиятельных в Средней Азии того времени. Этим он противопоставил себя Тимуридам, которых правоверные мусульмане считали неверными и язычниками. Кроме того, населению Мавераннахра очень льстило, что Шейбани-хан мог общаться с представителями разных народностей на их собственных языках: он одинаково хорошо владел узбекским, таджикским и персидским. Поэтому, нет ничего удивительного, что Шейбани-хану удалось очень скоро взять верх над Тимуридами. В 1499 г. он захватил Бухару, а в 1500г.— Самарканд. При этом он старался обеспечить себе поддержку местного населения, создавая себе репутацию просвещенного правителя. Во время обучения в медресе Мухаммед овладел искусством живописи и считался одним из выдающихся поэтов своего времени, он оставил ряд поэтических и крупное прозаическое произведение. Кроме того, он не упускал случая показать благочестие, делая богатые пожертвования служителям мусульманского культа и активно принимая участие в богословских и правовых диспутах. Конечно же, население Средней Азии поддержало столь идеального монарха, забыв, что и многие Тимуриды были не менее просвещенными правителями, покровителями науки и искусства, как, например, Хусейн Байкара, наследников которого Мухаммед выгнал из Герата, в 1506 г. Шейбани-хан также стремился предстать перед новыми подданными и как великодушный правитель. Так, захватив Самарканд и пленив его правителя Султана-Али-мирзу, он сохранил ему жизнь и прилюдно даровал свободу, позволив отправиться туда, куда тот пожелает. И мало кому было известно, что вдогонку за ним Мухаммед отправил своих людей, которым приказал умертвить свергнутого правителя. Точно, так же он поступил и с кашгарским ханом Махмудом, на службе у которого когда-то прежде был «казаком»: разгромив его и взяв в плен, он великодушно отпустил его. Но впоследствии, когда кашгарский хан опять вторгся в Мавераннахр, Мухаммед Шейбани вновь разгромил его и приказал умертвить вместе со всеми сыновьями, сумев представить это как заслуженное наказание вероломного противника.

#### **Ситуационное задание №2**

Прочитайте текст и приведите примеры использования средств коммуникаций в исторических событиях с применением методов пропаганды, описанных в тексте. Применяя знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи, дайте общую характеристику коммуникационным приемам и опишите какие PR-методы были применены.

Каждому значительному событию в мировой истории, появлению на исторической сцене крупного политического деятеля непременно предшествует ряд мероприятий, которые мы сегодня называем «PR-акции». История сохраняет для нас даты событий, имена монархов, полководцев, министров. Но мы практически никогда не знаем тех, кто обеспечивал им поддержку общественного мнения — этих «бойцов невидимого фронта», предшественников современных специалистов по связям с общественностью. Имя Чингис-хана известно всем. Ему посвящено немало хроник и исследований, публикации о нем и сегодня регулярно появляются в СМИ. Так, средневековые хронисты, историки, журналисты сознательно или подсознательно оказались имиджмейкерами этого выдающегося деятеля. Но только узкому кругу историков-востоковедов известно имя самого первого имиджмейкера — того, который в прямом смысле слова сделал Чингис-хана - Чингис-ханом. Этот человек был шаманом и звали его Тэб-Тэнгри. Настоящее имя Тэб-Тэнгри было Кокочу (или Кэччу). Он родился в 1163 г. в семье Мунлика, человека благородного происхождения.

Итак, было проведено предварительное исследование, показавшее: монголы настроены в пользу восстановления ханской власти. Оставалось теперь убедить монголов, что эта кандидатура — наиболее подходящая для ханского трона. Первый этап «предвыборной» кампании, начатой Тэб-Тэнгри, оказался одновременно и удачным, и неудачным. Как представитель аристократии шаман старался привлечь на сторону своего кандидата монгольскую знать и не слишком в этом преуспел. То ли аргументы Тэб-Тэнгри были не столь убедительны, то ли он переоценил желание монголов восстановить ханскую власть, но поначалу Тэмуджина поддержали только несколько нойонов. При этом даже не слишком почетные страницы биографии Чингис-хана его агитаторы умели обратить в положительную сторону. Кроме того, помимо личного имиджа нового хана также распространялись сведения о его деятельности: мерах по укреплению центральной власти, защите подданных от набегов врага, упорядочению системы сборов и тд. Поскольку Тэб-Тэнгри не афишировал своей близости к хану Тэмуджину, его слова воспринимались с большим доверием — как свидетельство незаинтересованной стороны. На этот раз методы Тэб-Тэнгри оказались успешнее: к хану Тэмуджину начали переходить не только отдельные нойоны, но и целые семейства, кочевья, курени простолюдинов. И вскоре он уже имел возможность создать собственную армию и зарекомендовать себя не только как талантливый администратор, но и как удачливый военачальник. Тэмуджину удалось подчинить себе почти все монгольские народы, включая такие крупные племенные союзы, как меркиты, татары, ханства кераитов и найманов. Под конец он одержал победу над когда-то лучшим другом, а потом злейшим врагом — Джамухой, носившим титул турхана (хана над ханами). Но для всех покоренных народов Тэмуджин оставался узурпатором, истребившим семейства их законных правителей.

Так завершилась долгая и сложная PR-кампания, приведшая к возникновению крупнейшей в мировой истории державы. Ожидания Тэб-Тэнгри оправдались: он возвысился вместе со своим протеже. Его отец Мунлик стал первым среди приближенных Чингис-хана и даже женился на его матери. Шесть братьев шамана получили важные должности и богатые владения. Сам шаман на пирах и официальных мероприятиях восседал рядом с ханом — выше всех остальных. Примечательно, что сам Тэб-Тэнгри не потребовал себе какого-либо, титула, например, главного шамана, предпочитая оставаться «серым кардиналом». Но ни почести, доставшиеся его семейству, ни собственное положение не могли удовлетворить деятельного Тэб-Тэнгри, чьи услуги отныне были не нужны новому степному императору. И тогда шаман и его семейство начинают исподволь переманивать к себе людей от разных нойонов и даже от самого хана и его братьев. Когда один из братьев Чингис-хана Хасар стал возмущаться действиями Тэб-Тэнгри, тот намекнул Чингис-хану, что Хасар сам метит на трон. Дело чуть не дошло до братоубийства, и только вмешательство матери удержало Чингис-хана.

### Письменный опрос

Вопрос 1	Как повлияло на развитие коммуникации изобретение книгопечатания?
Вопрос 2	В результате чего стали формироваться прототипы целевых аудиторий в доисторическое время?
Вопрос 3	Какими способами формирования политической репутации пользовались древние греки?
Вопрос 4	Насколько в XVII—XVIII вв. возросла роль письменной коммуникации?
Вопрос 5	В чем сходства отечественной теории коммуникации с западной и в чем ее особенности?

## ВАРИАНТ 4

### **Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)**

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

### **Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:**

ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

### **Ситуационное задание №1**

Рассмотрите предложенный текст и приведите примеры удачных и неудачных коммуникационных действий, описанных в примере, и обоснуйте их причины с точки зрения «информационной войны». Демонстрируя кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, назовите какие средства политической коммуникации сохраняют актуальность сегодня или были использованы во внутренней и внешней политике в конкретных исторических периодах.

Потомки Чингис-хана использовали общественное мнение для достижения политических целей не менее эффективно, чем сам основатель династии. Ярким примером тому является политика основателя Бухарского ханства — Абу-л-Фатха Мухаммеда Шах-Бахта, более известного как Шейбани-хан (1451—1510). Прямой потомок Чингис-хана в 12-м поколении, Мухаммед Шейбани после смерти деда, узбекского хана Абу-л-Хайра, в 1468 г. был вынужден спасаться от могущественных врагов и в течение ряда лет вел жизнь искателя приключений. Он скрывался у дальних родичей в Хаджи-Тархане (Астрахани), учился в бухарском медресе, вступил в суфийский орден Накшбандийа, был «казаком» (наемником) на службе у еще одного родственника — кашгарского хана Махмуда. Наконец, к концу XV в ему удалось собрать приверженцев своей династии, во главе которых он вторгся в Мавераннахр — историческую область между Амударьей и Сырдарьей, крупнейшими городами которой были Самарканд, Бухара, Ходжент. Этим регионом к тому времени уже более 100 лет управляли потомки грозного среднеазиатского завоевателя Тимура, имевшие в своем распоряжении хорошо укрепленные крепости и многочисленные войска, намного превосходившие силы Шейбани по численности, опыту и вооружению. Однако узбекский царевич имел несколько преимуществ, которые не преминул использовать, чтобы привлечь на свою сторону местное население. Прежде всего, он был прямым потомком Чингис-хана по мужской линии и в качестве такового имел законные права на трон в любом из государств, основанных Чингизидами. Тимуриды же, управлявшие Мавераннахром, отстранив потомков Чингис-хана, сами никакого отношения к последнему не имели и потому считались узурпаторами трона и власти. Таким образом, никому неизвестный пришелец из степей в глазах местного населения был более законным правителем, нежели те, кто управлял страной уже более века. Кроме того, Мухаммеду было прекрасно известно о разногласиях потомков Тимура со среднеазиатским духовенством, которое порицало Тимуридов за то, что те в большей мере опирались на древние монгольские обычаи, чем на шариат. Тут очень кстати оказалось, что Шейбани-хан учился в бухарском медресе и состоял в ордена Накшбандийа — одном из самых влиятельных в Средней Азии того времени. Этим он противопоставил себя Тимуридам, которых правоверные мусульмане считали неверными и язычниками. Кроме того, населению Мавераннахра очень льстило, что Шейбани-хан мог общаться с представителями разных народностей на их собственных языках: он одинаково хорошо владел узбекским, таджикским и персидским. Поэтому, нет ничего удивительного, что Шейбани-хану удалось очень скоро взять верх над Тимуридами. В 1499 г. он захватил Бухару, а в 1500г. — Самарканд. При этом он старался обеспечить себе поддержку местного населения, создавая себе репутацию просвещенного правителя. Во время обучения в медресе Мухаммед овладел искусством живописи и считался одним из выдающихся поэтов своего времени, он оставил ряд поэтических и крупное прозаическое произведение. Кроме того, он не упускал случая показать благочестие, делая богатые пожертвования служителям мусульманского культа и активно принимая участие в богословских и правовых диспутах. Конечно же, население Средней Азии поддержало столь идеального монарха, забыв, что и многие Тимуриды были не менее просвещенными правителями, покровителями науки и искусства, как, например, Хусейн Байкара, наследников которого Мухаммед выгнал из Герата, в 1506 г. Шейбани-хан также стремился предстать перед новыми подданными и как великодушный правитель. Так, захватив Самарканд и пленив его правителя Султана-Али-мирзу, он сохранил ему жизнь и прилюдно даровал свободу, позволив отправиться туда, куда тот пожелает. И мало кому было известно, что вдогонку за ним Мухаммед отправил своих людей, которым приказал умертвить свергнутого правителя. Точно, так же он поступил и с кашгарским ханом Махмудом, на службе у которого когда-то прежде был «казаком»: разгромив его и взяв в плен, он великодушно отпустил его. Но впоследствии, когда кашгарский хан опять вторгся в Мавераннахр, Мухаммед Шейбани вновь разгромил его и приказал умертвить вместе со всеми сыновьями, сумев представить это как заслуженное наказание вероломного противника.

### **Ситуационное задание №2**

Прочитайте текст и приведите примеры использования средств коммуникаций в исторических событиях с применением методов пропаганды, описанных в тексте. Применяя знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи, дайте общую характеристику коммуникационным приемам и опишите какие PR-методы были применены.

Каждому значительному событию в мировой истории, появлению на исторической сцене крупного политического деятеля непременно предшествует ряд мероприятий, которые мы сегодня называем «PR-акции». История сохраняет для нас даты событий, имена монархов, полководцев, министров. Но мы практически никогда не знаем тех, кто обеспечивал им поддержку общественного мнения — этих «бойцов невидимого фронта», предшественников современных специалистов по связям с общественностью. Имя Чингис-хана известно всем. Ему посвящено немало хроник и исследований, публикации о нем и сегодня регулярно появляются в СМИ. Так, средневековые хронисты, историки, журналисты сознательно или подсознательно оказались имиджмейкерами этого выдающегося деятеля. Но только узкому кругу историков-востоковедов известно имя самого первого имиджмейкера — того, который в прямом смысле слова сделал Чингис-хана - Чингис-ханом. Этот человек был шаманом и звали его Тэб-Тэнгри. Настоящее имя Тэб-Тэнгри было Кокочу (или Кэччу). Он родился в 1163 г. в семье Мунлика, человека благородного происхождения.

Итак, было проведено предварительное исследование, показавшее: монголы настроены в пользу восстановления ханской власти. Оставалось теперь убедить монголов, что эта кандидатура — наиболее подходящая для ханского трона. Первый этап «предвыборной» кампании, начатой Тэб-Тэнгри, оказался одновременно и удачным, и неудачным. Как представитель аристократии шаман старался привлечь на сторону своего кандидата монгольскую знать и не слишком в этом преуспел. То ли аргументы Тэб-Тэнгри были не столь убедительны, то ли он переоценил желание монголов восстановить ханскую власть, но поначалу Тэмуджина поддержали только несколько нойонов. При этом даже не слишком почетные страницы биографии Чингис-хана его агитаторы умели обратить в положительную сторону. Кроме того, помимо личного имиджа нового хана также распространялись сведения о его деятельности: мерах по укреплению центральной власти, защите подданных от набегов врага, упорядочению системы сборов и тд. Поскольку Тэб-Тэнгри не афишировал своей близости к хану Тэмуджину, его слова воспринимались с большим доверием — как свидетельство незаинтересованной стороны. На этот раз методы Тэб-Тэнгри оказались успешнее: к хану Тэмуджину начали переходить не только отдельные нойоны, но и целые семейства, кочевья, курени простолюдинов. И вскоре он уже имел возможность создать собственную армию и зарекомендовать себя не только как талантливый администратор, но и как удачливый военачальник. Тэмуджину удалось подчинить себе почти все монгольские народы, включая такие крупные племенные союзы, как меркиты, татары, ханства кераитов и найманов. Под конец он одержал победу над когда-то лучшим другом, а потом злейшим врагом — Джамухой, носившим титул турхана (хана над ханами). Но для всех покоренных народов Тэмуджин оставался узурпатором, истребившим семейства их законных правителей.

Так завершилась долгая и сложная PR-кампания, приведшая к возникновению крупнейшей в мировой истории державы. Ожидания Тэб-Тэнгри оправдались: он возвысился вместе со своим протеже. Его отец Мунлик стал первым среди приближенных Чингис-хана и даже женился на его матери. Шесть братьев шамана получили важные должности и богатые владения. Сам шаман на пирах и официальных мероприятиях восседал рядом с ханом — выше всех остальных. Примечательно, что сам Тэб-Тэнгри не потребовал себе какого-либо, титула, например, главного шамана, предпочитая оставаться «серым кардиналом». Но ни почести, доставшиеся его семейству, ни собственное положение не могли удовлетворить деятельного Тэб-Тэнгри, чьи услуги отныне были не нужны новому степному императору. И тогда шаман и его семейство начинают исподволь переманивать к себе людей от разных нойонов и даже от самого хана и его братьев. Когда один из братьев Чингис-хана Хасар стал возмущаться действиями Тэб-Тэнгри, тот намекнул Чингис-хану, что Хасар сам метит на трон. Дело чуть не дошло до братоубийства, и только вмешательство матери удержало Чингис-хана.

### Письменный опрос

Вопрос 1	Когда начало появляться различие между культурами регионов мира?
Вопрос 2	Использовалась ли деловая коммуникация в СССР?
Вопрос 3	Почему пропаганда была наиболее широко используемым направлением политической коммуникации в особых обстоятельствах?
Вопрос 4	Какие качества и деяния позволяли средневековым монархам формировать благоприятный имидж в глазах подданных?
Вопрос 5	Кто может быть отнесен к числу теоретиков коммуникации в Греции и Риме?



## ВАРИАНТ 5

### **Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)**

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

### **Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:**

ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

### **Ситуационное задание №1**

Рассмотрите предложенный текст и приведите примеры удачных и неудачных коммуникационных действий, описанных в примере, и обоснуйте их причины с точки зрения «информационной войны». Демонстрируя кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, назовите какие средства политической коммуникации сохраняют актуальность сегодня или были использованы во внутренней и внешней политике в конкретных исторических периодах.

Потомки Чингис-хана использовали общественное мнение для достижения политических целей не менее эффективно, чем сам основатель династии. Ярким примером тому является политика основателя Бухарского ханства — Абу-л-Фатха Мухаммеда Шах-Бахта, более известного как Шейбани-хан (1451–1510). Прямой потомок Чингис-хана в 12-м поколении, Мухаммед Шейбани после смерти деда, узбекского хана Абу-л-Хайра, в 1468 г. был вынужден спасаться от могущественных врагов и в течение ряда лет вел жизнь искателя приключений. Он скрывался у дальних родичей в Хаджи-Тархане (Астрахани), учился в бухарском медресе, вступил в суфийский орден Накшбандийа, был «казаком» (наемником) на службе у еще одного родственника — кашгарского хана Махмуда. Наконец, к концу XV в ему удалось собрать приверженцев своей династии, во главе которых он вторгся в Мавераннахр — историческую область между Амударьей и Сырдарьей, крупнейшими городами которой были Самарканд, Бухара, Ходжент. Этим регионом к тому времени уже более 100 лет управляли потомки грозного среднеазиатского завоевателя Тимура, имевшие в своем распоряжении хорошо укрепленные крепости и многочисленные войска, намного превосходившие силы Шейбани по численности, опыту и вооружению. Однако узбекский царевич имел несколько преимуществ, которые не преминул использовать, чтобы привлечь на свою сторону местное население. Прежде всего, он был прямым потомком Чингис-хана по мужской линии и в качестве такового имел законные права на трон в любом из государств, основанных Чингизидами. Тимуриды же, управлявшие Мавераннахром, отстранив потомков Чингис-хана, сами никакого отношения к последнему не имели и потому считались узурпаторами трона и власти. Таким образом, никому неизвестный пришелец из степей в глазах местного населения был более законным правителем, нежели те, кто управлял страной уже более века. Кроме того, Мухаммеду было прекрасно известно о разногласиях потомков Тимура со среднеазиатским духовенством, которое порицало Тимуридов за то, что те в большей мере опирались на древние монгольские обычаи, чем на шариат. Тут очень кстати оказалось, что Шейбани-хан учился в бухарском медресе и состоял в ордена Накшбандийа — одном из самых влиятельных в Средней Азии того времени. Этим он противопоставил себя Тимуридам, которых правоверные мусульмане считали неверными и язычниками. Кроме того, населению Мавераннахра очень льстило, что Шейбани-хан мог общаться с представителями разных народностей на их собственных языках: он одинаково хорошо владел узбекским, таджикским и персидским. Поэтому, нет ничего удивительного, что Шейбани-хану удалось очень скоро взять верх над Тимуридами. В 1499 г. он захватил Бухару, а в 1500г. — Самарканд. При этом он старался обеспечить себе поддержку местного населения, создавая себе репутацию просвещенного правителя. Во время обучения в медресе Мухаммед овладел искусством живописи и считался одним из выдающихся поэтов своего времени, он оставил ряд поэтических и крупное прозаическое произведение. Кроме того, он не упускал случая показать благочестие, делая богатые пожертвования служителям мусульманского культа и активно принимая участие в богословских и правовых диспутах. Конечно же, население Средней Азии поддержало столь идеального монарха, забыв, что и многие Тимуриды были не менее просвещенными правителями, покровителями науки и искусства, как, например, Хусейн Байкара, наследников которого Мухаммед выгнал из Герата, в 1506 г. Шейбани-хан также стремился предстать перед новыми подданными и как великодушный правитель. Так, захватив Самарканд и пленив его правителя Султана-Али-мирзу, он сохранил ему жизнь и прилюдно даровал свободу, позволив отправиться туда, куда тот пожелает. И мало кому было известно, что вдогонку за ним Мухаммед отправил своих людей, которым приказал умертвить свергнутого правителя. Точно, так же он поступил и с кашгарским ханом Махмудом, на службе у которого когда-то прежде был «казаком»: разгромив его и взяв в плен, он великодушно отпустил его. Но впоследствии, когда кашгарский хан опять вторгся в Мавераннахр, Мухаммед Шейбани вновь разгромил его и приказал умертвить вместе со всеми сыновьями, сумев представить это как заслуженное наказание вероломного противника.

### **Ситуационное задание №2**

Прочитайте текст и приведите примеры использования средств коммуникаций в исторических событиях с применением методов пропаганды, описанных в тексте. Применяя знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи, дайте общую характеристику коммуникационным приемам и опишите какие PR-методы были применены.

Каждому значительному событию в мировой истории, появлению на исторической сцене крупного политического деятеля непременно предшествует ряд мероприятий, которые мы сегодня называем «PR-акции». История сохраняет для нас даты событий, имена монархов, полководцев, министров. Но мы практически никогда не знаем тех, кто обеспечивал им поддержку общественного мнения — этих «бойцов невидимого фронта», предшественников современных специалистов по связям с общественностью. Имя Чингис-хана известно всем. Ему посвящено немало хроник и исследований, публикации о нем и сегодня регулярно появляются в СМИ. Так, средневековые хронисты, историки, журналисты сознательно или подсознательно оказались имиджмейкерами этого выдающегося деятеля. Но только узкому кругу историков-востоковедов известно имя самого первого имиджмейкера — того, который в прямом смысле слова сделал Чингис-хана - Чингис-ханом. Этот человек был шаманом и звали его Тэб-Тэнгри. Настоящее имя Тэб-Тэнгри было Кокочу (или Кэччу). Он родился в 1163 г. в семье Мунлика, человека благородного происхождения.

Итак, было проведено предварительное исследование, показавшее: монголы настроены в пользу восстановления ханской власти. Оставалось теперь убедить монголов, что эта кандидатура — наиболее подходящая для ханского трона. Первый этап «предвыборной» кампании, начатой Тэб-Тэнгри, оказался одновременно и удачным, и неудачным. Как представитель аристократии шаман старался привлечь на сторону своего кандидата монгольскую знать и не слишком в этом преуспел. То ли аргументы Тэб-Тэнгри были не столь убедительны, то ли он переоценил желание монголов восстановить ханскую власть, но поначалу Тэмуджина поддержали только несколько нойонов. При этом даже не слишком почетные страницы биографии Чингис-хана его агитаторы умели обратить в положительную сторону. Кроме того, помимо личного имиджа нового хана также распространялись сведения о его деятельности: мерах по укреплению центральной власти, защите подданных от набегов врага, упорядочению системы сборов и тд. Поскольку Тэб-Тэнгри не афишировал своей близости к хану Тэмуджину, его слова воспринимались с большим доверием — как свидетельство незаинтересованной стороны. На этот раз методы Тэб-Тэнгри оказались успешнее: к хану Тэмуджину начали переходить не только отдельные нойоны, но и целые семейства, кочевья, курени простолюдинов. И вскоре он уже имел возможность создать собственную армию и зарекомендовать себя не только как талантливый администратор, но и как удачливый военачальник. Тэмуджину удалось подчинить себе почти все монгольские народы, включая такие крупные племенные союзы, как меркиты, татары, ханства кераитов и найманов. Под конец он одержал победу над когда-то лучшим другом, а потом злейшим врагом — Джамухой, носившим титул турхана (хана над ханами). Но для всех покоренных народов Тэмуджин оставался узурпатором, истребившим семейства их законных правителей.

Так завершилась долгая и сложная PR-кампания, приведшая к возникновению крупнейшей в мировой истории державы. Ожидания Тэб-Тэнгри оправдались: он возвысился вместе со своим протеже. Его отец Мунлик стал первым среди приближенных Чингис-хана и даже женился на его матери. Шесть братьев шамана получили важные должности и богатые владения. Сам шаман на пирах и официальных мероприятиях восседал рядом с ханом — выше всех остальных. Примечательно, что сам Тэб-Тэнгри не потребовал себе какого-либо, титула, например, главного шамана, предпочитая оставаться «серым кардиналом». Но ни почести, доставшиеся его семейству, ни собственное положение не могли удовлетворить деятельного Тэб-Тэнгри, чьи услуги отныне были не нужны новому степному императору. И тогда шаман и его семейство начинают исподволь переманивать к себе людей от разных нойонов и даже от самого хана и его братьев. Когда один из братьев Чингис-хана Хасар стал возмущаться действиями Тэб-Тэнгри, тот намекнул Чингис-хану, что Хасар сам метит на трон. Дело чуть не дошло до братоубийства, и только вмешательство матери удержало Чингис-хана.

#### Письменный опрос

Вопрос 1	Как повлияли традиции эпохи Просвещения на развитие социальной коммуникации?
Вопрос 2	Какую роль в коммуникационной деятельности сыграли общественных организации в сфере PR?
Вопрос 3	Каким образом в античном мире осуществлялась дезинформация на международном уровне?
Вопрос 4	Кто из античных богов может считаться покровителем коммуникации?
Вопрос 5	Почему связи с общественностью в отличие от рекламы не приобрели в XIX в. характер систематической деятельности?

**Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся)**

Каковы были факторы зарождения коммуникации в первобытном обществе?
В результате чего стали формироваться прототипы целевых аудиторий в доисторическое время?
Что послужило причиной необходимости межкультурных коммуникаций?
Каковы были главные задачи коммуникации в доисторическое время?
Какими средствами племенные вожди формировали положительный образ среди соплеменников?
Как религия способствовала достижению этой цели?
Когда начало появляться различие между культурами регионов мира?
Какие инструменты использовались в политической коммуникации Древней Греции?
Какими способами формирования политической репутации пользовались древние греки?
Каковы сходства и отличия в политической коммуникации Древней Греции и Древнего Рима?
С помощью каких коммуникационных инструментов римские политики и правители вели информационные войны против своих противников?
Кто из античных богов может считаться покровителем коммуникации?
Какие ритуалы и мероприятия способствовали формированию поддержки властей Рима со стороны народа?
Каковы были первые инструменты деловой коммуникации в античном мире?
Какие примеры коммерческой рекламы в Древней Греции и Риме вы можете привести?
Каким образом в античном мире осуществлялась дезинформация на международном уровне?
Какие средства использовали в Древней Греции и Риме для выстраивания положительных отношений с иностранными государствами?
Какие виды коммуникации существовали в Древней Греции?
Кто может быть отнесен к числу теоретиков коммуникации в Греции и Риме?
Почему уровень политической коммуникации в раннесредневековой Европе снизился по сравнению с античным миром?
Какую роль в формировании общественного мнения в раннем Средневековье играли слухи? Как с ними боролись власти?
Какие качества и деяния позволяли средневековым монархам формировать благоприятный имидж в глазах подданных?
Какие обвинения в Средние века влияли на репутацию наиболее негативно?
Как повлияло на развитие коммуникации изобретение книгопечатания?
Какую роль в формировании общественного мнения сыграли «журналисты» позднего Средневековья? Какими инструментами коммуникации они пользовались?
Чем отличалась коммуникационная деятельность христианской церкви от деятельности священнослужителей в античном мире?
Какие средства деловой коммуникации использовали средневековые торговцы?
Почему письменная коммуникация не получила значительного развития в Средние века?
Какую роль в развитии политической и деловой коммуникации сыграло появление газет?
Как установление связей Запада с Востоком отразилось на межкультурной коммуникации?
Каковы были основные тенденции развития представлений о коммуникации? В рамках каких наук они нашли отражение?
Почему представителям власти в XVII–XVIII вв. требовалось уделять больше внимания формированию политического имиджа, чем в Древнем мире и Средневековье?
Насколько в XVII–XVIII вв. возросла роль письменной коммуникации?
Почему при этом не уменьшилась роль устных коммуникационных средств?
В какой сфере коммуникационная деятельность в Британской Америке (и затем – в США) развивалась наиболее активно? Почему?
Какие средства политической коммуникации оказались самыми эффективными в эпоху Войны за независимость?
Как повлияли традиции эпохи Просвещения на развитие социальной коммуникации?

Каковы основные тенденции развития деловой коммуникации в XVII— XVIII вв.?
Какие средства деловой коммуникации, зародившиеся в этот период, активно используются и сегодня?
В каких сферах международная и межкультурная коммуникация оказалась наиболее востребованной? Какие тенденции развития общества нашли в ней отражение?
С чем было связано активное развитие коммуникационной мысли в XVII— XVIII вв.? Назовите имена ученых, уделявших внимание в опросам коммуникации.
Каким образом происходил процесс институционализации коммуникационной деятельности в XIX в.?
Почему навыки журналистской деятельности и контакты среди журналистов становятся главным требованием к специалистам по связям с общественностью?
В каких новых сферах политических отношений оказались востребованы инструменты коммуникационной деятельности?
Какова была политика властей в отношении прессы?
Какие новые средства коммуникации стали развиваться в XIX в. в сфере бизнеса?
Как коммуникация помогала конкурентной борьбе крупных корпораций?
Почему широкое развитие получила коммуникационная деятельность в социальной сфере? Какие средства в ней использовались?
На основе каких наук развивалась коммуникационная мысль в Европе и США?
Почему связи с общественностью в отличие от рекламы не приобрели в XIX в. характер систематической деятельности?
Какие политические причины обусловили переход от единовременных коммуникационных акций к комплексным PR-кампаниям?
Почему пропаганда была наиболее широко используемым направлением политической коммуникации в особых обстоятельствах?
Какие законы, регулирующие коммуникационную деятельность, принимались в XX в.?
В чем была специфика связей с общественностью в военной сфере?
Что изменилось в политической коммуникации в XX в. по сравнению с предыдущими эпохами?
Что позволяет выделить в особые направления коммуникационной деятельности связи с общественностью церковных организаций и сферы шоу-бизнеса?
Каковы основные тенденции развития PR в деловой сфере в XX в.?
Как связи с общественностью сами превратились в бизнес?
Какую роль в коммуникационной деятельности сыграли общественных организации в сфере PR?
Как в XX в. соотносились PR, реклама и маркетинг?
Кто оказал наибольшее влияние на развитие теории и практики PR в XX в.?
Когда в вузах началась подготовка специалистов по связям с общественностью?
Какие особенности политического и социального развития предопределили специфику коммуникации на Востоке по сравнению с западным миром?
Что обусловило высокий уровень развития межкультурных коммуникаций в восточных обществах?
Какие факторы повлияли на развитие системы коммуникаций на Востоке в Средние века?
Какие средства формирования общественного мнения использовали власти в восточных государствах и их политические противники?
Как религиозные каноны использовались в коммуникационной деятельности? Приведите примеры из истории Древнего Востока и мусульманского мира Средневековья.
В чем была специфика торговой коммуникации в странах Востока?
Охарактеризуйте развитие коммуникационной мысли на Востоке. Приведите примеры трудов, в которых она нашла отражение.
Что было позаимствовано из западного опыта PR на Востоке?
Какие особенности связей с общественностью на Востоке позволяют говорить об особой «восточной» традиции этой деятельности?
На каких уровнях осуществлялась политическая коммуникация в Киевской Руси?
Можно ли сказать, что она носила односторонний характер?

Какие приемы и инструменты политической коммуникации были позаимствованы русскими правителями из Золотой Орды?
Какие основные каналы коммуникации использовались в Российской империи?
Как развивалась политика имперских властей в отношении прессы в XVIII – XIX вв.?
Какие особенности имела советская пропаганда?
Как советские власти обеспечивали обратную связь с населением?
Охарактеризуйте деловые коммуникации в России до XIX в.
Какие новые средства коммуникации стали использовать отечественные предприниматели в XIX – начале XX вв.?
Использовалась ли деловая коммуникация в СССР?
Насколько обосновано активное использование западного опыта PR в постсоветской России?
Когда в России начинается институционализация связей с общественностью? Назовите ее основные направления.
В чем сходства отечественной теории коммуникации с западной и в чем ее особенности?
Когда в России началась подготовка специалистов по связям с общественностью в высших учебных заведениях?

Билеты для промежуточной аттестации обучающихся (Экзамен )

БИЛЕТ 1

**Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)**

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

**Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:**

ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

**Ситуационное задание № 1**

Рассмотрите предложенный текст и приведите примеры удачных и неудачных коммуникационных действий, описанных в примере, и обоснуйте их причины с точки зрения «информационной войны». Демонстрируя кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, назовите какие средства политической коммуникации сохраняют актуальность сегодня или были использованы во внутренней и внешней политике в конкретных исторических периодах.

Одним из ярких примеров социальной коммуникации в античном мире являются действия карфагенян и римлян ввремя Второй Пунической войны, в течение которой воюющие стороны весьма широко применяли методы информационного воздействия. Главными задачами информационной войны были привлечение на свою сторону союзников и деморализация противника. Так, например, карфагенский предводитель, Ганнибал старался привлечь на свою сторону племена Испании, Галлии и Италии, заявляя на словах и демонстрируя на деле, что воюет не с ними, а с Римом, власть которого над этими племена считает несправедливой. Так, ему удалось склонить на свою сторону иберов, галлов и ряд городов Апеннинского полуострова, в том числе Капую – давнюю соперницу Рима; характерным жестом Ганнибала было, например, то, что после очередной победы он без всякого выкупа отпустил попавших в плен капуанских воинов, сражавшихся на стороне Рима. Карфагенский полководец сразу после победы при Каннах в 216 г. до н.э. разослал по всем державам Средиземноморья реляции о своем триумфе, преувеличив размеры победы и степень близости Рима к окончательному разгрому. В результате на следующий год правители Македонии и Сицилии сами предложили Ганнибалу союз против римлян.

В борьбе с Римом Ганнибал применял самые разные информационные методы. Так, например, захватив несколько римских лагерей, он обнаружил в них печати высоких чиновников, и какое-то время рассылал от их имени письма и распоряжения римским войскам, завлекая тех в ловушки. Ганнибалу никак не удавалось вызвать Квинта Фабия Максима на открытый бой, карфагенский полководец пытался нанести удар по его репутации: он разорял римские владения в Италии, но при этом не трогал земли самого Фабия, распуская слухи, что обходит их стороной в благодарность за то, что Фабий выполняет условия секретного соглашения с карфагенянами. Ганнибал обладал удивительной способностью воодушевлять войска и одновременно убеждать их в том, что римляне деморализованы и скоро сдадутся.

Гораздо более эффективными оказались усилия римских полководцев и политиков по поддержанию боевого духа собственных сограждан. Римский народ был очень суеверен и в течение всей войны с Ганнибалом постоянно сталкивался с плохими знаменьями, которыми и склонен был оправдывать поражения от карфагенян. Так, когда консул Гай Фламиний был разгромлен и убит у Тразименского озера (217 г. до н. э.), римляне объяснили это тем, что при избрании его консулом проявилось несколько неблагоприятных знамений, а сам он отказывался почитать богов. Им часто удавалось играть на патриотических настроениях сограждан, чего не мог сделать Ганнибал, который, во-первых, воевал на чужой территории, а во-вторых, имел в своем войске представителей десятков народов. В таких случаях римским полководцам удавалось успешно использовать приоритет государственных интересов над личными тревогами и сомнениями граждан. Другим примером демонстрации силы духа и отсутствия страха перед грозным врагом было то, что римляне даже в самые тяжелые годы войны продолжали проводить традиционные спортивные игры в честь бога Аполлона. Менее успешны были попытки римлян очернить образ Ганнибала и его войска в глазах союзников. Поэтому римские полководцы предпочитали одерживать победы над карфагенянами на поле битвы, признавая превосходство последних в сфере дипломатии и интриг. Но даже военные победы римлян нередко оказывали моральное и психологическое воздействие. Например, когда Ганнибал находился недалеко от Рима, часть римских легионов успешно действовала в Испании, а в 205 г. высадилась даже в Африке. Это не только значительно подняло боевой дух населения самого Рима, но и оказало крайне деморализующее воздействие

на карфагенский Совет, который стал настоятельно требовать, чтобы Ганнибал вернулся из Италии в Африку и защитил столицу от врага.

### Ситуационное задание № 2

Прочитайте текст и приведите примеры использования средств коммуникаций в исторических событиях с применением методов пропаганды, описанных в тексте. Применяя знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи, дайте общую характеристику коммуникационным приемам и опишите какие PR-методы были применены.

Сегодня к проблеме мирового терроризма приковано внимание и глав государств, и силовых структур, и общественности в целом. Место, которое это явление заняло в общественной жизни, заставляет вспомнить о другом, которое в свое время привлекало не меньшее внимание и, пожалуй, доставляло обществу не меньше проблем. Автор имеет в виду организованную преступность, расцвет которой в самых разных странах мира пришелся на 1920–1930-е гг. Наиболее известна она была, конечно же, в США, где ее именовали мафией. Борьба с мафией велась на протяжении десятилетий и самыми различными методами. Не последнее место среди них занимали и PR-технологии. PR-методы в борьбе с организованной преступностью было использовать очень нелегко, поскольку мафиози и сами прекрасно представляли себе ценность таких ресурсов, как пресса, общественное мнение, создание репутации. Поэтому гангстеры держали на жаловании многочисленных и известных журналистов (вплоть до главных редакторов изданий) и сами постоянно светились перед прессой: например, знаменитый Аль Капоне охотно давал интервью, позволял публиковать в газетах и журналах свои фотографии, целенаправленно создавая имидж удачливого бизнесмена и друга сильных мира сего. Медвежью услугу в борьбе с организованной преступностью сыграло появление уже в 1930-е гг. ряда фильмов о гангстерах: сценаристы умудрились показать гангстеров не как врагов общества, противостоящих закону, а как сильных и целеустремленных людей, знающих, чего они хотят и добивающихся этого любыми способами. Не случайно тот же Аль Капоне даже выступил в непривычной ему ипостаси консультанта при подготовке первого фильма о нем самом. Однако мафия, несмотря на публикации в прессе и появление фильмов, оставалась такой же закрытой и таинственной организацией, о которой ничего не было известно посторонним. Власти, СМИ, общественность ежедневно сталкивались с нарушениями закона, убийствами, ограблениями, но практически невозможно было доказать причастность гангстеров к их совершению, свидетелей, как правило, не было, а случайно появившиеся — исчезали еще до суда. Значительная же часть населения предпочитала не вмешиваться и по другой причине — многие добропорядочные граждане сами посещали подпольные бары, игорные дома и т.п. Уничтожить этот имидж, показать обществу, что с мафией можно и нужно бороться, и эта борьба непременно принесет плоды — такую задачу ставили перед собой деятели, решившие бросить вызов организованной преступности. Стоит отметить, что нередко инициатива борьбы с гангстерами исходила снизу. Естественно, эти категории граждан не имели права применять какие-либо силовые методы в борьбе с преступностью, и их единственным оружием оставались как раз методы PR. Так, журналисты по собственной инициативе начинали расследования и кампании в прессе после совершения громких преступлений. Например, знаменитая бойня, устроенная Алем Капоне в день Святого Валентина в 1929 г. или убийство известного журналиста А. Лэнгла в 1930 г. вызвали шквал разоблачительных публикаций в прессе, а затем и немалое количество публичных акций: демонстраций, митингов, пикетов с требованием покарать виновных. Уступая общественному мнению, власти и силовые структуры усилили деятельность по борьбе с преступностью, результатом чего и стал конец карьеры Аль Капоне.

### Письменный опрос

Вопрос 1	Почему навыки журналистской деятельности и контакты среди журналистов становятся главным требованием к специалистам по связям с общественностью?
Вопрос 2	Какую роль в развитии политической и деловой коммуникации сыграло появление газет?
Вопрос 3	Охарактеризуйте развитие коммуникационной мысли на Востоке. Приведите примеры трудов, в которых она нашла отражение.
Вопрос 4	Какие средства формирования общественного мнения и использовали власти восточных государств и их политические противники?
Вопрос 5	Что позволяет выделить в особые направления коммуникационной деятельности связи с общественностью церковных организаций и сферы шоу-бизнеса?

## БИЛЕТ 2

### **Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)**

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

### **Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:**

ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

### **Ситуационное задание №1**

Рассмотрите предложенный текст и приведите примеры удачных и неудачных коммуникационных действий, описанных в примере, и обоснуйте их причины с точки зрения «информационной войны». Демонстрируя кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, назовите какие средства политической коммуникации сохраняют актуальность сегодня или были использованы во внутренней и внешней политике в конкретных исторических периодах.

Считается, что именно с эпохи Возрождения берет начало современная наука и искусство. Не стала исключением и политическая теория, основоположником которой современные исследователи признают Николо Макиавелли. Но если флорентийский мыслитель считается авторитетным политиком-теоретиком, то выдающимися практиками того времени были папа римский Александр VI и его сын, герцог Чезаре Борджа, деятельность которого и составила фактическую основу для трудов Макиавелли. Чезаре Борджа активно пользовался методами политической коммуникации, которые с успехом применяются и современными политиками. Семейство Борджа стало на рубеже XV–XVI вв. одним из самых влиятельных в Италии и Центральной Европе. Многие им восхищались и искали с ним дружбы, другие боялись и ненавидели, но не замечать его, не считаться с ним было нельзя. И причиной этого стали не только знатность и богатство Борджа, но и их активная информационная политика. Наиболее эффективно ее осуществлял Чезаре Борджа, герцог Романьи. Поставив цель распространить свою власть на всю Италию, Чезаре Борджа повел себя совсем не так, как многие современные ему итальянские властители, опиравшиеся исключительно на грубую силу и наемные войска. Свои действия герцог Борджа всегда координировал с общественным мнением, которое постоянно изучали его агенты. Агенты Борджа собирали слухи и мнения в публичных местах: на рынках, в гостиницах и тавернах, при дворах тех или иных государей и вельмож. Чезаре Борджа умел оценивать подобные сведения и опирался на них в своей деятельности. Более того, он учитывал мнение представителей разных кругов: знати и небогатого рыцарства, горожан и духовенства, военных и деятелей искусства. Основные чаяния всего населения Италии в тот период выражались в стремлении к единству страны, изгнанию иностранных (испанских) правителей, укреплению законов и правосудия, пресечению самовластия мелких тиранов отдельных городов и областей. Выявив эти тенденции в настроении общественности, Чезаре Борджа стал руководствоваться ими при решении собственных задач. Он объединил под своей властью Центральную и Северную Италию, свергнув большинство мелких князьков и изгнав из Неаполя Арагонскую династию, установил законы, которые отличались суровостью, но справедливостью, что сразу же было оценено населением. Опытный политик, Чезаре Борджа заботился не только о том, чтобы добиться поставленных целей, но и том, чтобы представить их перед подданными в выгодном для себя свете. Герцог Романьи периодически проводил разъяснительную работу среди разных слоев населения вновь завоеванных областей. С аристократией и дипломатами он общался лично и путем переписки: к широким массам обращался с воззваниями, прокламациями, а также постоянно проводил разного рода публичные акции. Например, узнав об измене одного из приближенных, Рамиро де Лорки, которого он назначил губернатором Чезены, Чезаре Борджа приказал арестовать его, судить и казнить, а голову насадить на копье и выставить на всеобщее обозрение. Казнь была совершена публично, после чего было объявлено, что герцог, благодаря жалобам населения, узнал о многочисленных злоупотреблениях губернатора и, проведя расследование, нашел его виновным. Таким образом, личную неудачу Чезаре Борджа сумел обратить себе на пользу, в очередной раз продемонстрировав справедливость и чуткое внимание к мнению народа.

### **Ситуационное задание №2**

Прочитайте текст и приведите примеры использования средств коммуникаций в исторических событиях с применением методов пропаганды, описанных в тексте. Применяя знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи, дайте общую характеристику коммуникационным приемам и опишите какие PR-методы были применены.

Историю информационной политики в нацистской Германии 1933–1945 гг. можно рассматривать как совершенно особый этап в развитии СО, а скорее даже как некий PR-гротеск. В самом деле, нацистские коммуникаторы, взяв за основу несколько базовых приемов, использовали их настолько массивно и прямолинейно, что иначе, чем гротеском, назвать такую деятельность трудно. Совокупность приемов



информационного воздействия национал-социалистической верхушки на общественность можно с полным правом именовать пропагандой, причем настолько агрессивной и навязчивой, что перед ней блекнут даже американские PR, столь часто критикуемые европейскими специалистами за их чрезмерный натиск на аудиторию. Небезынтересно отметить, впрочем, что на вооружение нацистскими идеологами были взяты именно достижения американских классиков в области PR. Безусловно, сам Адольф Гитлер являлся весьма эффективным коммуникатором: он был талантливым оратором, умевшим привлечь и удержать внимание аудитории, к тому же обладал достаточно запоминающимся обликом, который не позволял его спутать с кем-либо. Неудивительно, что идеологи национал-социалистов сумели разглядеть в нем самую подходящую фигуру, способную стать лицом партии: в 1919 г. Гитлер примкнул к нацистам, а год спустя уже возглавил их пропагандистскую деятельность. Гитлер, его идеологи и имиджмейкеры, среди которых, наверное, самыми известными фигурами можно считать Й. Геббельса и Р. Гесса, сумели использовать недовольство немцев итогами Первой мировой войны и условиями Версальского мира, реваншистские настроения, и потому их лозунги, призывы восстановить былое величие Германии оказались именно тем, что желали слышать и военные, и деловые круги, и народные массы. Кроме того, национал-социалисты с успехом использовали издавна сложившийся стереотип восприятия немцев как приверженцев строгой дисциплины, униформы, общей организованности. Весьма эффективным приемом оказалась организация сторонников Гитлера в военизированные штурмовые отряды, подростков – в такую же военизированную организацию Гитлерюгенд, да и сам фюрер появлялся на публике преимущественно в костюмах военного покроя.

В период Второй мировой войны нацистская пропаганда активизировалась в еще большей степени, причем активное воздействие производилось не только на немцев, но и на противника. Весьма эффективным методом деморализации врага стало распространение среди солдат стран – участниц антигитлеровской коалиции листовок эротического содержания. Например, в начале войны среди французских военных распространялись листовки с текстом «В то время как вы находитесь на передовой, британцы совращают ваших жен». А ближе к концу войны, после вступления в нее США, листовки аналогичного содержания стали распространяться нацистами и среди самих англичан: совратителями их жен нацисты называли американцев. Немецкие пропагандисты также пытались играть на антисемитских настроениях своих врагов, распространяя листовки антиеврейского содержания среди англичан, французов, американцев. Аналогичным образом они старались вызвать антибольшевистские движения в странах Восточной Европы, но убедить местное население в том, что советские войска представляют большую опасность, чем германские, не удалось: слишком уж явно расходилось содержание листовок с тем, что происходило на самом деле! Наибольших успехов, как ни странно, нацистская пропаганда добилась на оккупированных территориях СССР, успешно противопоставив обезличенным лозунгам и призывам советских политработников адресное обращение к различным слоям общества (горожанам, сельскому населению и прочим) и даже к отдельным лицам. Кроме того, немецкие коммуникаторы активно использовали оперирование конкретными фактами, нередко, впрочем, сфабрикованными, но все же успешно конкурирующими с текстами советских воззваний. Результатом стало сотрудничество части населения оккупированных районов с завоевателями.

### Письменный опрос

Вопрос 1	Как советские власти обеспечивали обратную связь с населением?
Вопрос 2	Какие средства деловой коммуникации, зародившиеся в этот период, активно используются и сегодня?
Вопрос 3	В какой сфере коммуникационная деятельность в Британской Америке (и затем – в США) развивалась наиболее активно? Почему?
Вопрос 4	Какие факторы повлияли на развитие системы коммуникаций на Востоке в Средние века?
Вопрос 5	Какие новые средства коммуникации стали развиваться в XIX в. в сфере бизнеса?

## БИЛЕТ 3

### **Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)**

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

### **Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:**

ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

### **Ситуационное задание №1**

Рассмотрите предложенный текст и приведите примеры удачных и неудачных коммуникационных действий, описанных в примере, и обоснуйте их причины с точки зрения «информационной войны». Демонстрируя кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, назовите какие средства политической коммуникации сохраняют актуальность сегодня или были использованы во внутренней и внешней политике в конкретных исторических периодах.

Одним из ярких примеров социальной коммуникации в античном мире являются действия карфагенян и римлян ввремя Второй Пунической войны, в течение которой воюющие стороны весьма широко применяли методы информационного воздействия. Главными задачами информационной войны были привлечение на свою сторону союзников и деморализация противника. Так, например, карфагенский предводитель, Ганнибал старался привлечь на свою сторону племена Испании, Галлии и Италии, заявляя на словах и демонстрируя на деле, что воюет не с ними, а с Римом, власть которого над этими племена считает несправедливой. Так, ему удалось склонить на свою сторону иберов, галлов и ряд городов Апеннинского полуострова, в том числе Капую – давнюю соперницу Рима; характерным жестом Ганнибала было, например, то, что после очередной победы он без всякого выкупа отпустил попавших в плен капуанских воинов, сражавшихся на стороне Рима. Карфагенский полководец сразу после победы при Каннах в 216 г. до н.э. разослал по всем державам Средиземноморья реляции о своем триумфе, преувеличив размеры победы и степень близости Рима к окончательному разгрому. В результате на следующий год правители Македонии и Сицилии сами предложили Ганнибалу союз против римлян.

В борьбе с Римом Ганнибал применял самые разные информационные методы. Так, например, захватив несколько римских лагерей, он обнаружил в них печати высоких чиновников, и какое-то время рассылал от их имени письма и распоряжения римским войскам, завлекая тех в ловушки. Ганнибалу никак не удавалось вызвать Квинта Фабия Максима на открытый бой, карфагенский полководец пытался нанести удар по его репутации: он разорял римские владения в Италии, но при этом не трогал земли самого Фабия, распуская слухи, что обходит их стороной в благодарность за то, что Фабий выполняет условия секретного соглашения с карфагенянами. Ганнибал обладал удивительной способностью воодушевлять войска и одновременно убеждать их в том, что римляне деморализованы и скоро сдадутся.

Гораздо более эффективными оказались усилия римских полководцев и политиков по поддержанию боевого духа собственных сограждан. Римский народ был очень суеверен и в течение всей войны с Ганнибалом постоянно сталкивался с плохими знамениями, которыми и склонен был оправдывать поражения от карфагенян. Так, когда консул Гай Фламиний был разгромлен и убит у Тразименского озера (217 г. до н. э.), римляне объяснили это тем, что при избрании его консулом проявилось несколько неблагоприятных знамений, а сам он отказывался почитать богов. Им часто удавалось играть на патриотических настроениях сограждан, чего не мог сделать Ганнибал, который, во-первых, воевал на чужой территории, а во-вторых, имел в своем войске представителей десятков народов. В таких случаях римским полководцам удавалось успешно использовать приоритет государственных интересов над личными тревогами и сомнениями граждан. Другим примером демонстрации силы духа и отсутствия страха перед грозным врагом было то, что римляне даже в самые тяжелые годы войны продолжали проводить традиционные спортивные игры в честь бога Аполлона. Менее успешны были попытки римлян очернить образ Ганнибала и его войска в глазах союзников. Поэтому римские полководцы предпочитали одерживать победы над карфагенянами на поле битвы, признавая превосходство последних в сфере дипломатии и интриг. Но даже военные победы римлян нередко оказывали моральное и психологическое воздействие. Например, когда Ганнибал находился недалеко от Рима, часть римских легионов успешно действовала в Испании, а в 205 г. высадилась даже в Африке. Это не только значительно подняло боевой дух населения самого Рима, но и оказало крайне деморализующее воздействие на карфагенский Совет, который стал настоятельно требовать, чтобы Ганнибал вернулся из Италии в Африку и защитил столицу от врага.

### **Ситуационное задание №2**

Прочитайте текст и приведите примеры использования средств коммуникаций в исторических событиях с применением методов пропаганды, описанных в тексте. Применяя знания многообразия достижений

отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи, дайте общую характеристику коммуникационным приемам и опишите какие PR-методы были применены.

Сегодня к проблеме мирового терроризма приковано внимание и глав государств, и силовых структур, и общественности в целом. Место, которое это явление заняло в общественной жизни, заставляет вспомнить о другом, которое в свое время привлекало не меньшее внимание и, пожалуй, доставляло обществу не меньше проблем. Автор имеет в виду организованную преступность, расцвет которой в самых разных странах мира пришелся на 1920–1930-е гг. Наиболее известна она была, конечно же, в США, где ее именовали мафией. Борьба с мафией велась на протяжении десятилетий и самыми различными методами. Не последнее место среди них занимали и PR-технологии. PR-методы в борьбе с организованной преступностью было использовать очень нелегко, поскольку мафиози и сами прекрасно представляли себе ценность таких ресурсов, как пресса, общественное мнение, создание репутации. Поэтому гангстеры держали на жаловании многочисленных и известных журналистов (вплоть до главных редакторов изданий) и сами постоянно светились перед прессой: например, знаменитый Аль Капоне охотно давал интервью, позволял публиковать в газетах и журналах свои фотографии, целенаправленно создавая имидж удачливого бизнесмена и друга сильных мира сего. Медвежью услугу в борьбе с организованной преступностью сыграло появление уже в 1930-е гг. ряда фильмов о гангстерах: сценаристы умудрялись показать гангстеров не как врагов общества, противостоящих закону, а как сильных и целеустремленных людей, знающих, чего они хотят и добивающихся этого любыми способами. Не случайно тот же Аль Капоне даже выступил в непривычной ему ипостаси консультанта при подготовке первого фильма о нем самом. Однако мафия, несмотря на публикации в прессе и появление фильмов, оставалась такой же закрытой и таинственной организацией, о которой ничего не было известно посторонним. Власти, СМИ, общественность ежедневно сталкивались с нарушениями закона, убийствами, ограблениями, но практически невозможно было доказать причастность гангстеров к их совершению, свидетелей, как правило, не было, а случайно появившиеся – исчезали еще до суда. Значительная же часть населения предпочитала не вмешиваться и по другой причине – многие добропорядочные граждане сами посещали подпольные бары, игорные дома и т.п. Уничтожить этот имидж, показать обществу, что с мафией можно и нужно бороться, и эта борьба непременно принесет плоды – такую задачу ставили перед собой деятели, решившие бросить вызов организованной преступности. Стоит отметить, что нередко инициатива борьбы с гангстерами исходила снизу. Естественно, эти категории граждан не имели права применять какие-либо силовые методы в борьбе с преступностью, и их единственным оружием оставались как раз методы PR. Так, журналисты по собственной инициативе начинали расследования и кампании в прессе после совершения громких преступлений. Например, знаменитая бойня, устроенная Алем Капоне в день Святого Валентина в 1929 г. или убийство известного журналиста А. Лэнгла в 1930 г. вызвали шквал разоблачительных публикаций в прессе, а затем и немалое количество публичных акций: демонстраций, митингов, пикетов с требованием покарать виновных. Уступая общественному мнению, власти и силовые структуры усилили деятельность по борьбе с преступностью, результатом чего и стал конец карьеры Аль Капоне.

#### Письменный опрос

Вопрос 1	Каковы были факторы зарождения коммуникации в первобытном обществе?
Вопрос 2	Какие законы, регулирующие коммуникационную деятельность, принимались в XX в.?
Вопрос 3	С помощью каких коммуникационных инструментов римские политики и правители вели информационные войны против своих противников?
Вопрос 4	Какими средствами племенные вожди формировали положительный образ среди соплеменников?
Вопрос 5	Каковы были основные тенденции развития представлений о коммуникации? В рамках каких наук они нашли отражение?

## БИЛЕТ 4

### **Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)**

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

### **Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:**

ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

### **Ситуационное задание №1**

Рассмотрите предложенный текст и приведите примеры удачных и неудачных коммуникационных действий, описанных в примере, и обоснуйте их причины с точки зрения «информационной войны». Демонстрируя кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, назовите какие средства политической коммуникации сохраняют актуальность сегодня или были использованы во внутренней и внешней политике в конкретных исторических периодах.

Считается, что именно с эпохи Возрождения берет начало современная наука и искусство. Не стала исключением и политическая теория, основоположником которой современные исследователи признают Николо Макиавелли. Но если флорентийский мыслитель считается авторитетным политиком-теоретиком, то выдающимися практиками того времени были папа римский Александр VI и его сын, герцог Чезаре Борджа, деятельность которого и составила фактическую основу для трудов Макиавелли. Чезаре Борджа активно пользовался методами политической коммуникации, которые с успехом применяются и современными политиками. Семейство Борджа стало на рубеже XV–XVI вв. одним из самых влиятельных в Италии и Центральной Европе. Многие им восхищались и искали с ним дружбы, другие боялись и ненавидели, но не замечать его, не считаться с ним было нельзя. И причиной этого стали не только знатность и богатство Борджа, но и их активная информационная политика. Наиболее эффективно ее осуществлял Чезаре Борджа, герцог Романьи. Поставив цель распространить свою власть на всю Италию, Чезаре Борджа повел себя совсем не так, как многие современные ему итальянские властители, опиравшиеся исключительно на грубую силу и наемные войска. Свои действия герцог Борджа всегда координировал с общественным мнением, которое постоянно изучали его агенты. Агенты Борджа собирали слухи и мнения в публичных местах: на рынках, в гостиницах и тавернах, при дворах тех или иных государей и вельмож. Чезаре Борджа умел оценивать подобные сведения и опирался на них в своей деятельности. Более того, он учитывал мнение представителей разных кругов: знати и небогатого рыцарства, горожан и духовенства, военных и деятелей искусства. Основные чаяния всего населения Италии в тот период выражались в стремлении к единству страны, изгнанию иностранных (испанских) правителей, укреплению законов и правосудия, пресечению самовластия мелких тиранов отдельных городов и областей. Выявив эти тенденции в настроении общественности, Чезаре Борджа стал руководствоваться ими при решении собственных задач. Он объединил под своей властью Центральную и Северную Италию, свергнув большинство мелких князьков и изгнав из Неаполя Арагонскую династию, установил законы, которые отличались суровостью, но справедливостью, что сразу же было оценено населением. Опытный политик, Чезаре Борджа заботился не только о том, чтобы добиться поставленных целей, но и том, чтобы представить их перед подданными в выгодном для себя свете. Герцог Романьи периодически проводил разъяснительную работу среди разных слоев населения вновь завоеванных областей. С аристократией и дипломатами он общался лично и путем переписки: к широким массам обращался с воззваниями, прокламациями, а также постоянно проводил разного рода публичные акции. Например, узнав об измене одного из приближенных, Рамиро де Лорки, которого он назначил губернатором Чезены, Чезаре Борджа приказал арестовать его, судить и казнить, а голову насадить на копье и выставить на всеобщее обозрение. Казнь была совершена публично, после чего было объявлено, что герцог, благодаря жалобам населения, узнал о многочисленных злоупотреблениях губернатора и, проведя расследование, нашел его виновным. Таким образом, личную неудачу Чезаре Борджа сумел обратить себе на пользу, в очередной раз продемонстрировав справедливость и чуткое внимание к мнению народа.

### **Ситуационное задание №2**

Прочитайте текст и приведите примеры использования средств коммуникаций в исторических событиях с применением методов пропаганды, описанных в тексте. Применяя знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи, дайте общую характеристику коммуникационным приемам и опишите какие PR-методы были применены.

Историю информационной политики в нацистской Германии 1933–1945 гг. можно рассматривать как совершенно особый этап в развитии СО, а скорее даже как некий PR-гротеск. В самом деле, нацистские коммуникаторы, взяв за основу несколько базовых приемов, использовали их настолько массивно и прямолинейно, что иначе, чем гротеском, назвать такую деятельность трудно. Совокупность приемов

информационного воздействия национал-социалистической верхушки на общественность можно с полным правом именовать пропагандой, причем настолько агрессивной и навязчивой, что перед ней блекнут даже американские PR, столь часто критикуемые европейскими специалистами за их чрезмерный натиск на аудиторию. Небезынтересно отметить, впрочем, что на вооружение нацистскими идеологами были взяты именно достижения американских классиков в области PR. Безусловно, сам Адольф Гитлер являлся весьма эффективным коммуникатором: он был талантливым оратором, умевшим привлечь и удержать внимание аудитории, к тому же обладал достаточно запоминающимся обликом, который не позволял его спутать с кем-либо. Неудивительно, что идеологи национал-социалистов сумели разглядеть в нем самую подходящую фигуру, способную стать лицом партии: в 1919 г. Гитлер примкнул к нацистам, а год спустя уже возглавил их пропагандистскую деятельность. Гитлер, его идеологи и имиджмейкеры, среди которых, наверное, самыми известными фигурами можно считать Й. Геббельса и Р. Гесса, сумели использовать недовольство немцев итогами Первой мировой войны и условиями Версальского мира, реваншистские настроения, и потому их лозунги, призывы восстановить былое величие Германии оказались именно тем, что желали слышать и военные, и деловые круги, и народные массы. Кроме того, национал-социалисты с успехом использовали издавна сложившийся стереотип восприятия немцев как приверженцев строгой дисциплины, униформы, общей организованности. Весьма эффективным приемом оказалась организация сторонников Гитлера в военизированные штурмовые отряды, подростков – в такую же военизированную организацию Гитлерюгенд, да и сам фюрер появлялся на публике преимущественно в костюмах военного покроя.

В период Второй мировой войны нацистская пропаганда активизировалась в еще большей степени, причем активное воздействие производилось не только на немцев, но и на противника. Весьма эффективным методом деморализации врага стало распространение среди солдат стран – участниц антигитлеровской коалиции листовок эротического содержания. Например, в начале войны среди французских военных распространялись листовки с текстом «В то время как вы находитесь на передовой, британцы совращают ваших жен». А ближе к концу войны, после вступления в нее США, листовки аналогичного содержания стали распространяться нацистами и среди самих англичан: совратителями их жен нацисты называли американцев. Немецкие пропагандисты также пытались играть на антисемитских настроениях своих врагов, распространяя листовки антиеврейского содержания среди англичан, французов, американцев. Аналогичным образом они старались вызвать антибольшевистские движения в странах Восточной Европы, но убедить местное население в том, что советские войска представляют большую опасность, чем германские, не удалось: слишком уж явно расходилось содержание листовок с тем, что происходило на самом деле! Наибольших успехов, как ни странно, нацистская пропаганда добилась на оккупированных территориях СССР, успешно противопоставив обезличенным лозунгам и призывам советских политработников адресное обращение к различным слоям общества (горожанам, сельскому населению и прочим) и даже к отдельным лицам. Кроме того, немецкие коммуникаторы активно использовали оперирование конкретными фактами, нередко, впрочем, сфабрикованными, но все же успешно конкурирующими с текстами советских воззваний. Результатом стало сотрудничество части населения оккупированных районов с завоевателями.

#### Письменный опрос

Вопрос 1	Как религия способствовала достижению этой цели?
Вопрос 2	Каким образом происходил процесс институционализации коммуникационной деятельности в XIX в.?
Вопрос 3	Каковы были первые инструменты деловой коммуникации в античном мире?
Вопрос 4	Какие средства политической коммуникации оказались самыми эффективными в эпоху Войны за независимость?
Вопрос 5	Что обусловило высокий уровень развития межкультурных коммуникаций в восточных обществах?

## БИЛЕТ 5

### **Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)**

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

### **Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:**

ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2 Применяет знания многообразия достижений отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи

### **Ситуационное задание №1**

Рассмотрите предложенный текст и приведите примеры удачных и неудачных коммуникационных действий, описанных в примере, и обоснуйте их причины с точки зрения «информационной войны». Демонстрируя кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, назовите какие средства политической коммуникации сохраняют актуальность сегодня или были использованы во внутренней и внешней политике в конкретных исторических периодах.

Одним из ярких примеров социальной коммуникации в античном мире являются действия карфагенян и римлян ввремя Второй Пунической войны, в течение которой воюющие стороны весьма широко применяли методы информационного воздействия. Главными задачами информационной войны были привлечение на свою сторону союзников и деморализация противника. Так, например, карфагенский предводитель, Ганнибал старался привлечь на свою сторону племена Испании, Галлии и Италии, заявляя на словах и демонстрируя на деле, что воюет не с ними, а с Римом, власть которого над этими племена считает несправедливой. Так, ему удалось склонить на свою сторону иберов, галлов и ряд городов Апеннинского полуострова, в том числе Капую – давнюю соперницу Рима; характерным жестом Ганнибала было, например, то, что после очередной победы он без всякого выкупа отпустил попавших в плен капуанских воинов, сражавшихся на стороне Рима. Карфагенский полководец сразу после победы при Каннах в 216 г. до н.э. разослал по всем державам Средиземноморья реляции о своем триумфе, преувеличив размеры победы и степень близости Рима к окончательному разгрому. В результате на следующий год правители Македонии и Сицилии сами предложили Ганнибалу союз против римлян.

В борьбе с Римом Ганнибал применял самые разные информационные методы. Так, например, захватив несколько римских лагерей, он обнаружил в них печати высоких чиновников, и какое-то время рассылал от их имени письма и распоряжения римским войскам, завлекая тех в ловушки. Ганнибалу никак не удавалось вызвать Квинта Фабия Максима на открытый бой, карфагенский полководец пытался нанести удар по его репутации: он разорял римские владения в Италии, но при этом не трогал земли самого Фабия, распуская слухи, что обходит их стороной в благодарность за то, что Фабий выполняет условия секретного соглашения с карфагенянами. Ганнибал обладал удивительной способностью воодушевлять войска и одновременно убеждать их в том, что римляне деморализованы и скоро сдадутся.

Гораздо более эффективными оказались усилия римских полководцев и политиков по поддержанию боевого духа собственных сограждан. Римский народ был очень суеверен и в течение всей войны с Ганнибалом постоянно сталкивался с плохими знамениями, которыми и склонен был оправдывать поражения от карфагенян. Так, когда консул Гай Фламиний был разгромлен и убит у Тразименского озера (217 г. до н. э.), римляне объяснили это тем, что при избрании его консулом проявилось несколько неблагоприятных знамений, а сам он отказывался почитать богов. Им часто удавалось играть на патриотических настроениях сограждан, чего не мог сделать Ганнибал, который, во-первых, воевал на чужой территории, а во-вторых, имел в своем войске представителей десятков народов. В таких случаях римским полководцам удавалось успешно использовать приоритет государственных интересов над личными тревогами и сомнениями граждан. Другим примером демонстрации силы духа и отсутствия страха перед грозным врагом было то, что римляне даже в самые тяжелые годы войны продолжали проводить традиционные спортивные игры в честь бога Аполлона. Менее успешны были попытки римлян очернить образ Ганнибала и его войска в глазах союзников. Поэтому римские полководцы предпочитали одерживать победы над карфагенянами на поле битвы, признавая превосходство последних в сфере дипломатии и интриг. Но даже военные победы римлян нередко оказывали моральное и психологическое воздействие. Например, когда Ганнибал находился недалеко от Рима, часть римских легионов успешно действовала в Испании, а в 205 г. высадилась даже в Африке. Это не только значительно подняло боевой дух населения самого Рима, но и оказало крайне деморализующее воздействие на карфагенский Совет, который стал настоятельно требовать, чтобы Ганнибал вернулся из Италии в Африку и защитил столицу от врага.

### **Ситуационное задание №2**

Прочитайте текст и приведите примеры использования средств коммуникаций в исторических событиях с применением методов пропаганды, описанных в тексте. Применяя знания многообразия достижений

отечественной и мировой культуры при решении профессиональной задачи, дайте общую характеристику коммуникационным приемам и опишите какие PR-методы были применены.

Сегодня к проблеме мирового терроризма приковано внимание и глав государств, и силовых структур, и общественности в целом. Место, которое это явление заняло в общественной жизни, заставляет вспомнить о другом, которое в свое время привлекало не меньшее внимание и, пожалуй, доставляло обществу не меньше проблем. Автор имеет в виду организованную преступность, расцвет которой в самых разных странах мира пришелся на 1920–1930-е гг. Наиболее известна она была, конечно же, в США, где ее именовали мафией. Борьба с мафией велась на протяжении десятилетий и самыми различными методами. Не последнее место среди них занимали и PR-технологии. PR-методы в борьбе с организованной преступностью было использовать очень нелегко, поскольку мафиози и сами прекрасно представляли себе ценность таких ресурсов, как пресса, общественное мнение, создание репутации. Поэтому гангстеры держали на жаловании многочисленных и известных журналистов (вплоть до главных редакторов изданий) и сами постоянно светились перед прессой: например, знаменитый Аль Капоне охотно давал интервью, позволял публиковать в газетах и журналах свои фотографии, целенаправленно создавая имидж удачливого бизнесмена и друга сильных мира сего. Медвежью услугу в борьбе с организованной преступностью сыграло появление уже в 1930-е гг. ряда фильмов о гангстерах: сценаристы умудрялись показать гангстеров не как врагов общества, противостоящих закону, а как сильных и целеустремленных людей, знающих, чего они хотят и добивающихся этого любыми способами. Не случайно тот же Аль Капоне даже выступил в непривычной ему ипостаси консультанта при подготовке первого фильма о нем самом. Однако мафия, несмотря на публикации в прессе и появление фильмов, оставалась такой же закрытой и таинственной организацией, о которой ничего не было известно посторонним. Власти, СМИ, общественность ежедневно сталкивались с нарушениями закона, убийствами, ограблениями, но практически невозможно было доказать причастность гангстеров к их совершению, свидетелей, как правило, не было, а случайно появившиеся – исчезали еще до суда. Значительная же часть населения предпочитала не вмешиваться и по другой причине – многие добропорядочные граждане сами посещали подпольные бары, игорные дома и т.п. Уничтожить этот имидж, показать обществу, что с мафией можно и нужно бороться, и эта борьба непременно принесет плоды – такую задачу ставили перед собой деятели, решившие бросить вызов организованной преступности. Стоит отметить, что нередко инициатива борьбы с гангстерами исходила снизу. Естественно, эти категории граждан не имели права применять какие-либо силовые методы в борьбе с преступностью, и их единственным оружием оставались как раз методы PR. Так, журналисты по собственной инициативе начинали расследования и кампании в прессе после совершения громких преступлений. Например, знаменитая бойня, устроенная Алем Капоне в день Святого Валентина в 1929 г. или убийство известного журналиста А. Лэнгла в 1930 г. вызвали шквал разоблачительных публикаций в прессе, а затем и немалое количество публичных акций: демонстраций, митингов, пикетов с требованием покарать виновных. Уступая общественному мнению, власти и силовые структуры усилили деятельность по борьбе с преступностью, результатом чего и стал конец карьеры Аль Капоне.

#### Письменный опрос

Вопрос 1	Какие инструменты использовались в политической коммуникации Древней Греции?
Вопрос 2	Какую роль в формировании общественного мнения в раннем Средневековье играли слухи? Как с ними боролись власти?
Вопрос 3	Что послужило причиной необходимости межкультурных коммуникаций?
Вопрос 4	Что было позаимствовано из западного опыта PR на Востоке?
Вопрос 5	Когда в России начинается институционализация связей с общественностью? Назовите ее основные направления.

## **8. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы и (или) иных информационных источников для самостоятельной подготовки обучающихся к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся**

### **Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы**

#### **Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)**

**Учебная литература** (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / Р. Ю. Почекаев. – 2-е изд, испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. История международных отношений : учебник и практикум для вузов / Н. А. Власов [и др.] ; под редакцией Н. А. Власова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. История религии в 2 т. Том 1. Книга 1. Происхождение религии. Автохтонные религии и религии Древнего мира : учебник для академического бакалавриата / И. Н. Яблоков [и др.] ; ответственный редактор И. Н. Яблоков. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. История религии в 2 т. Том 1. Книга 2. Религии Древнего мира. Народностно-национальные религии : учебник для академического бакалавриата / И. Н. Яблоков [и др.] ; ответственный редактор И. Н. Яблоков. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

5. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

#### **Периодические издания**

Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. : Научный журнал. – Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Издательский Дом)

Право и цифровая экономика. – Москва : ФГБОУ ВПО "Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)"

#### **Иные электронные образовательные ресурсы**

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Рукопт» (Электронная библиотечная система «Рукопт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт») <https://rucont.ru/> или <https://lib.rucont.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

## **II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)**

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

**Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:** Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

#### **Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

#### **Электронные информационные ресурсы**

**Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)**

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)



Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) ([http://www.unece.org/stats/stats\\_h.html](http://www.unece.org/stats/stats_h.html))

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)

Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)

Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)

Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)

Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)

Всемирная торговая организация (World Trade Organization) ([https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statis\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm))

Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

*Состав международных реферативных баз данных научных изданий*

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)

PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)

OMICs International (<https://www.omicsonline.org/>)

Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)

Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)

OAPEN (<https://www.oapen.org/>)

Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)

Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)

Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)

ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)

Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

#### **Состав информационных справочных систем**

Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)

Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)

Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)

Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)

Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)

Государственная система правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)

Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)

Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>)

#### **Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти**

Президент России (<http://kremlin.ru/>)

Правительство России (<http://government.ru/>)

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)

Банк России (<https://www.cbr.ru/>)

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

#### **Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)**

ТАСС (<https://tass.ru/>)

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)  
Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)  
Forbes (<https://www.forbes.ru/>)  
ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)  
Известия (<https://iz.ru/>)  
РБК (<https://www.rbc.ru/>)  
RT (<https://rt.com/>)

**Информационные поисковые системы**

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)  
Google (ссылка: <https://www.google.com/>)  
Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)  
Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)  
Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)



Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Университет БРИКС (ЮниБРИКС)»

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета БРИКС  
«15» февраля 2021г.  
(Решение № УС 15-02-21/1 от 15.02.2021)

Мотивированное мнение Студенческого совета Университета  
БРИКС учтено

«15» февраля 2021г.  
(Протокол от 15.02.2021 № СС 15-02-21/1)

Мотивированное мнение Научного студенческого совета

Университета БРИКС учтено

«15» февраля 2021г.  
(Протокол от 15.02.2021 № НС 15-02-21/1)



**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор Университета БРИКС  
Клевцов Виталий Владимирович  
«15» февраля 2021 г.  
(Приказ № 15-02-21/1)

## Оценочные материалы по дисциплине Введение в профессию: Реклама и связи с общественностью

Направление подготовки

### 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа  
**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность (профиль) программы  
**Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Форма обучения – **заочная**

**СОГЛАСОВАНО**

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ  
"КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА "ФИНИУМ"

Заместитель генерального директора по стратегическому  
развитию

Соловьева Анастасия Владимировна, кандидат экономических  
наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

**СОГЛАСОВАНО**

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
"МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ"  
Проректор по учебной работе

Гафарова Оксана Владимировна, кандидат экономических наук

«15» февраля 2021г.

(Лист согласования № 42.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

Москва  
2021

Программу разработал(и):

Краснопёрова Татьяна Александровна, старший преподаватель

## 1. Область применения оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой совокупность оценочных средств, предназначенных для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике; для оценки сформированности у обучающихся индикаторов достижения компетенций, установленных ОПОП.

Настоящие оценочные материалы предназначены для оценки результатов обучения по дисциплине Введение в профессию: Реклама и связи с общественностью, для оценки сформированности у обучающихся соответствующих индикаторов достижения компетенций.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы	Индикаторы достижения компетенций
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	РОПК-7 формирование компетенции ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-71 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	РОПК-4 формирование компетенции ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-41 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

## 3. Перечень индикаторов достижения компетенций, соотнесенных с оценочными средствами

Текущий контроль успеваемости или промежуточная аттестация обучающихся	Оценочные средства	Индикатор(ы) достижения компетенций
Текущий контроль успеваемости: Устные опросы (два в календарный модуль)	Вопросы для устных опросов	ОПК-71 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности ОПК-41 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности
Текущий контроль успеваемости: Контрольная работа	Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы); ситуационные задания	ОПК-71 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности ОПК-41 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности
Промежуточная аттестация обучающихся: Экзамен	Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся); ситуационные задания	ОПК-71 Решает профессиональную задачу с учетом профессиональных принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности ОПК-41 Соотносит данные, имеющиеся в рамках профессиональной задачи, с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности

#### **4. Характеристика оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости**

Для текущего контроля успеваемости обучающихся и используются устные опросы и контрольная работа.

##### **Устный опрос**

Устный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижения компетенций, обладает большими возможностями воспитательного воздействия педагогического работника.

Устный опрос проводится во время занятий семинарского типа. Устный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы устного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Устные опросы организованы так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Перечень вопросов для устного опроса доводится до сведения студентов.

##### **Контрольная работа**

Контрольная работа дает возможность:

- сформировать для всех обучающихся одинаковые условия,
- объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя,
- проверить обоснованность оценки.

Цель контрольной работы – закрепление основных положений изучаемой дисциплины и умение использовать их на практике при решении профессиональных задач.

Достижение цели предполагает решение следующих задач:

- дать ответы на теоретические вопросы по курсу;
- выполнить ситуационные задания.

Контрольная работа включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

##### **Ситуационное задание**

Ситуационное задание позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций.

Выполнение ситуационного задания состоит в определении способа деятельности в той или иной ситуации и(или) выполнения этой деятельности.

Для обеспечения равноценности заданий рекомендуется малое количество вариантов ситуационных заданий для промежуточной аттестации обучающихся, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным. Для проведения текущего контроля успеваемости рекомендуется один вариант ситуационных заданий, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным.

Ситуационное задание представляет собой описание конкретной ситуации, типичной для профессионального вида деятельности и(или) области знаний, соответствующих образовательной программе и осваиваемой дисциплине. Содержание ситуационного задания может включать описание условий деятельности и желаемого результата или конкретного задания (задачи). Ситуационное задание может содержать избыточную информацию или характеризоваться недостатком информации, что необходимо для того, чтобы подготовить обучающегося для успешной жизни в информационном обществе.

##### **Письменный опрос**

Письменный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций, освоение содержания дисциплины, умение логически построить ответ, владение письменной речью.

Письменный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы письменного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Перечень вопросов для письменного опроса доводится до сведения студентов.

Письменный опрос применяется как часть контрольной работы для текущего контроля успеваемости обучающихся.

#### **5. Характеристика оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

##### **Экзамен**

Экзамен – это форма промежуточной аттестации обучающихся, которая проходит в устной или письменной форме (определяется преподавателем). Задания для проведения экзамена выполняются обучающимися самостоятельно. Экзамен проводится по билетам, включающем задания для проведения экзамена.

Задание для проведения экзамена включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Теоретические вопросы для экзамена избираются на основе вопросов для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся), определенных в настоящей ОПОП.

За выполнение заданий экзамена выставляется оценка по пятибалльной системе оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

## 6. Критерии оценивания (оценки)

### Критерии оценивания устного и письменного опросов

Оценка		Критерии оценивания (оценки)
Устный опрос	Письменный опрос	
Зачтено	Отлично (числовое обозначение оценки - «5»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и полно и аргументированно отвечает по содержанию вопросов; обнаруживается понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно.
	Хорошо (числовое обозначение оценки - «4»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
	Удовлетворительно (числовое обозначение оценки - «3»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается знание и понимание основных положений вопросов, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
Не зачтено	Неудовлетворительно (числовое обозначение оценки - «2»)	Оценка ставится, если обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается незнание ответов на вопросы, обучающийся допускает ошибки в формулировке определений и(или) правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

### Критерии оценивания (оценки) ситуационного задания

Оценка	Числовое обозначение оценки	Критерии оценивания (оценки)
Отлично	5	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Объяснение хода его выполнения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с правильным и свободным владением профессиональной терминологией; ответ(ы) на вопрос(ы) задания верный(ые), четкий(ие), непротиворечивые.
Хорошо	4	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Допускаются незначительные неточности. Объяснение хода его выполнения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании. Допускаются единичные ошибки в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания верные, непротиворечивые, но недостаточно четкие.
Удовлетворительно	3	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно правильный(ые). Объяснение хода его выполнения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в