

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 19.05.2026 09:20:25
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.12 Социологические методы в PR
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

39.04.01 Социология
(код, наименование направления подготовки)

Современные методы и технологии в изучении социальных проблем общества
(наименование образовательной программы)

очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора 2026

Город Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Емец Ирина Александровна, кандидат философских наук, доцент кафедры социологии управления

Заведующий кафедрой:

Зырина Ярослава Александровна, кандидат социологических наук, заведующий кафедрой социологии управления

Рабочая программа дисциплины Б1.В.12 Социологические методы в PR одобрена на заседании кафедры управления Донецкого филиала РАНХиГС.

Протокол №7 от «27» 02.2026г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.12 Социологические методы в PR обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии) **	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат
	УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1	Организует и осуществляет коммуникативное взаимодействие в профессиональной и академической среде на русском языке	<p>УК-4.1 3-1 Знает: нормы современного русского языка и особенности профессиональной и академической коммуникации.</p> <p>УК-4.1 3-3 Знает жанровое разнообразие профессиональной и академической коммуникации в области PR и соответствующие каждому жанру языковые и стилистические требования; основные коммуникативные барьеры, возникающие при взаимодействии в том числе и в профессиональной PR-среде, и способы их преодоления</p> <p>УК-4.1 У-2 Умеет: организовывать и осуществлять эффективное коммуникативное взаимодействие в профессиональной и академической среде на русском языке</p> <p>УК-4.1 У-3 Умеет адаптировать профессиональный дискурс под различные целевые аудитории; применять инструменты конструктивного диалога для мотивации и разрешения конфликтов в социальной среде</p> <p>УК-4.1 У-4 Умеет организовывать и осуществлять коммуникативное взаимодействие в профессиональной и</p>

					<p>академической среде на русском языке, ясно и аргументированно излагая результаты социологических исследований для разных аудиторий; результативно участвовать в дискуссиях, презентациях и рабочих обсуждениях на русском языке, представляя и защищая методологические решения PR-проектов с соблюдением этических и стилистических норм профессиональной коммуникации.</p>
	УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1	Демонстрирует способность распознавать, интерпретировать и правильно реагировать на разнообразие культурных кодов в процессе межкультурного взаимодействия	<p>УК-5.1 3-1 Знает: ключевые понятия культурных кодов и механизмов межкультурного взаимодействия в социальной среде, их проявления в различных контекстах; основные методы и инструменты выявления культурных кодов в межкультурном взаимодействии; типичные ошибки и искажения при интерпретации культурных кодов и правила корректного культурного взаимодействия</p> <p>УК-5.1 3-2 Знает: ключевые культурные измерения, влияющие на восприятие и интерпретацию сообщений в разных культурных средах, включая отношение к иерархии, дистанции власти и индивидуальным ценностям; социологические методы для выявления и интерпретации культурных кодов целевых аудиторий в проектах, ориентированных на межкультурное взаимодействие.</p> <p>УК-5.1 У-2 Умеет: распознавать, интерпретировать и адекватно реагировать на разнообразие культурных проявлений в процессе взаимодействия.</p> <p>УК-5.1 У-3 Умеет интерпретировать выявленные культурные коды с использованием</p>

					социологических методов, объясняя их связь с ценностными ориентациями и ожиданиями аудитории в конкретном культурном контексте; корректно реагировать на разнообразие культурных кодов в процессе межкультурного взаимодействия, адаптируя PR-стратегии и коммуникационные сообщения для избежания недопонимания и культурных конфликтов.
			УК-5.2	Организует межкультурное взаимодействие на основе уважения и понимания культурных различий	<p>УК-5.2 3-1 Знает: принципы организации межкультурного взаимодействия, учитывающие стратификационные различия в культурных кодах, ценностях и нормах поведения представителей разных социальных слоёв; возможные конфликтогенные зоны, возникающие при столкновении культурных кодов разных стран</p> <p>УК-5.2 3-2 Знает: принципы и стратегии организации межкультурного взаимодействия (диалог культур, культурный релятивизм, инклюзивность), применимые при разработке и реализации PR-кампаний для мультикультурных аудиторий.</p> <p>УК-5.2 У-1 Умеет: организовывать межкультурное взаимодействие между представителями различных стратификационных групп, выстраивая коммуникацию с учётом их культурных особенностей без навязывания доминирующих кодов.</p> <p>УК-5.2 У-2 Умеет: интерпретировать результаты социологических исследований (кросс-культурные опросы, глубинные интервью) для</p>

					выработки таких PR-стратегий, которые учитывают и уважают культурные различия, а не нивелируют их в угоду универалистским подходам
01.012 Социолог: Специалист по фундаментальным и прикладным социологическим исследованиям № 751н от 21.10.2021 г. Е/01.7 Разработка моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов	ПК-1	ПК-1 Способен разрабатывать модели и методы описания и объяснения социальных явлений и процессов	ПК-1.1	Выявляет и описывает существующие и прогнозируемые экономические, политические или социальные проблемы в масштабах общества, отдельных социальных групп, организаций	ПК-1.1 3-3 Знает: Методы сбора и анализа социологической информации ПК-1.2 У-1 Умеет: Интерпретировать современные термины теоретической и прикладной социологии
			ПК-1.4	Разрабатывает стратегии управления социальными и исследовательскими проектами, учитывает и оценивает риски	ПК-1.4 3-1 Знает: Основы математической статистики и теории вероятностей ПК-1.4 У-2 Умеет: Оценивать риски принятия управленческих решений на основе результатов прикладных и фундаментальных исследований

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины: 2,00 з.е., 72 ак. часа

Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем:

лекционные занятия – 10 ак. час;

практические занятия – 10 ак. час;

контактная работа на аттестацию в период в период экзаменационных сессий – 4 ак. час.

Самостоятельная работа:

Самостоятельная работа на подготовку к экзамену –

Самостоятельная работа на подготовку курсовой работы – самостоятельная работа – 48 ак. час;

Дисциплина Б1.В.12 Социологические методы в PR реализуется на 2-м семестре 1-го курса после изучения дисциплин:

Современные методы социологических исследований

Методология и методы научных исследований

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)			СРкр	СРэк	СР			
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ					Катт эк	К о н т р о л ь
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ												
Раздел 1. Социологическая диагностика и межкультурное измерение в PR-коммуникациях															
Тема 1.	Социологические методы выявления и описания социальных проблем в PR-среде	14	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	10	Опрос, доклад, Тестирование
Тема 2.	Межкультурное взаимодействие в PR: культурные коды и адаптация коммуникаций	14	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	10	Опрос, доклад, Тестирование
Раздел 2. Коммуникативные стратегии, управление проектами и презентация данных в PR															
Тема 3.	Профессиональная	14	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	10	Опрос, доклад Тестирование,

	коммуникация в PR: представление социологических результатов для разных аудиторий													Кейс
Тема 4.	Управление социальными и исследовательскими проектами в PR: стратегии и оценка рисков	13	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	9	Опрос, доклад Тестирование, Кейс
Тема 5.	Интегративный практикум: разработка и защита PR-стратегии на основе социологических данных	13	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	9	Опрос, доклад Тестирование, Кейс
Промежуточная аттестация		42	0	0	0	0	0	0		4			0	
Итого		72	10	0	0	10	0	0	0	4	0	0	48	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Социологическая диагностика и межкультурное измерение в PR-коммуникациях

Тема 1. Социологические методы выявления и описания социальных проблем в PR-среде (ПК-1.1)

Понятие социальной проблемы в контексте PR: кризис доверия, негативный имидж, информационные конфликты, репутационные риски. Механизмы функционирования общественного мнения, целевых аудиторий и стейкхолдеров.

Методы сбора и анализа социологической информации в PR (контент-анализ, опросы, фокус-группы, нетнография) для эмпирической фиксации существующих и прогнозируемых проблем.

Группировка и типологизация социальных явлений в PR-коммуникациях. Интерпретация терминов теоретической и прикладной социологии применительно к PR (социальный капитал, доверие, репутация, идентичность).

Построение описательных моделей проблемной ситуации на основе социологических данных. Диагностика коммуникационных разрывов между организацией и аудиторией.

Тема 2. Межкультурное взаимодействие в PR: культурные коды и адаптация коммуникаций (УК-5.1, УК-5.2)

Ключевые культурные измерения (Г. Хофстеде, Э. Холл) и их влияние на восприятие PR-сообщений: дистанция власти, индивидуализм/коллективизм, контекстность коммуникации.

Социологические методы выявления и интерпретации культурных кодов целевых аудиторий (кросс-культурные опросы, глубинные интервью, проективные техники).

Принципы и стратегии организации межкультурного взаимодействия: диалог культур, культурный релятивизм, инклюзивность. Реагирование на разнообразие культурных кодов без нивелирования различий.

Адаптация PR-стратегий и сообщений для мультикультурных аудиторий: избежание недопонимания и культурных конфликтов. Кейсы успешной и неудачной межкультурной PR-коммуникации.

Раздел 2. Коммуникативные стратегии, управление проектами и презентация данных в PR

Тема 3. Профессиональная коммуникация в PR: представление социологических результатов для разных аудиторий (УК-4.1)

Жанровое разнообразие профессиональной и академической коммуникации в PR (аналитический отчет, пресс-релиз, презентация, пост-релиз, статья, меморандум, экспертное заключение). Языковые и стилистические требования к каждому жанру.

Организация коммуникативного взаимодействия в профессиональной среде: ясное и аргументированное изложение результатов социологических исследований для разных аудиторий (клиенты, коллеги-социологи, широкая общественность, СМИ, стейкхолдеры).

Коммуникативные барьеры при взаимодействии в PR-среде и способы их преодоления с помощью точных русскоязычных формулировок.

Участие в дискуссиях, презентациях и рабочих обсуждениях: представление и защита методологических решений PR-проектов с соблюдением этических и стилистических норм.

Тема 4. Управление социальными и исследовательскими проектами в PR: стратегии и оценка рисков (ПК-1.4)

Основные этапы и компоненты управления социальными и исследовательскими проектами в сфере PR. Постановка измеримых целей, распределение ресурсов, формирование команды.

Типология рисков при реализации PR-проектов и социологических исследований (методологические, этические, репутационные, организационные, культурные). Методы качественной и количественной оценки рисков.

Разработка стратегий управления проектами с учётом специфики социологических методов сбора данных (опросы, эксперименты, кейс-стади). Мониторинг и коррекция стратегии на основе эмпирических данных.

Кейс-анализ: кризисный PR и социологическое сопровождение проекта на всех этапах.

Тема 5. Интегративный практикум: разработка и защита PR-стратегии на основе социологических данных (УК-4.1, УК-5.1, УК-5.2, ПК-1.1, ПК-1.4)

Разработка группового проекта: от диагностики социальной проблемы до выработки PR-стратегии.

Проведение мини-исследования (опрос, фокус-группа, контент-анализ) для выявления культурных кодов и ожиданий аудитории Проектирование PR-кампании с учётом межкультурных различий и принципов инклюзивности. Оценка рисков и разработка антикризисной коммуникационной процедуры

Презентация проекта перед комиссией и аудиторией: представление социологических результатов, защита методологических решений, участие в дискуссии. Соблюдение стилистических и этических норм русскоязычной профессиональной коммуникации

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.12 Социологические методы в PR входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа – это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

		4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАВ или 135).	
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74			Удовлетворительно	B
60-69	E			P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.04 Социальное неравенство в современной России (в том числе, задания к контрольным точкам): опрос, тестирование, реферат, доклады, кейс.

Таблица 5.1.

Распределение баллов по видам учебной деятельности (БРС)

Раздел/Темы	Формы текущего контроля		КЗР
	УО	ТЗ, КЗ, К	
Раздел 1. Социологическая диагностика и межкультурное измерение в PR-коммуникация			
1/Т-1	5	7	20
1/Т-2	5	7	
Раздел 2. Коммуникативные стратегии, управление проектами и презентация данных в PR			
2/Т-3	5	7	20
2/Т-4	5	7	
2/Т-5	5	7	
Итого: 100 б	25	35	40

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

КЗ – контрольные задания;

ПЗ – практическое занятие;

Д – доклад;

К – кейс;

КЗР – контрольные работы по разделу.

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
4	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2-3	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, 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 в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	1	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	1	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	1	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	1	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	1	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	5	

Критерии оценивания реферата:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации

Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия	
4	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
2-3	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
1	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания контрольных заданий:

Балы	Описание критерия
10-12	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
7-9	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
5-6	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-4	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

0* - в журнал академической группы не выставляется

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Раздел 1. Социологическая диагностика и межкультурное измерение в PR-коммуникациях

Тема 1. Социологические методы выявления и описания социальных проблем в PR-среде (ПК-1.1)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1. Что понимается под «социальной проблемой» в контексте связей с общественностью? Приведите три примера таких проблем из области корпоративных коммуникаций.

Правильный ответ:

Вопрос 2.

Опишите, как метод фокус-групп может быть использован для эмпирической фиксации прогнозируемой социальной проблемы в PR-среде.

Правильный ответ:

Вопрос 3.

Что означает понятие «коммуникационный разрыв» между организацией и аудиторией? Как социологические методы помогают его диагностировать?

Правильный ответ:

Вопрос 4.

Каким образом понятие «социальный капитал» из теоретической социологии используется при анализе проблем в PR-коммуникациях?

Правильный ответ:

Вопрос 5.

Назовите и кратко охарактеризуйте два типа типологизации социальных явлений в PR-коммуникациях применительно к проблеме негативного имиджа.

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. Социологическая диагностика кризиса доверия: индикаторы, методы сбора данных, примеры из российской практики.
2. Репутационные риски как объект прикладного социологического исследования в сфере связей с общественностью.
3. Метод нетнографии для выявления скрытых проблем в интернет-сообществах: возможности и ограничения.
4. Группировка и типологизация целевых аудиторий при анализе информационных конфликтов (на конкретном кейсе).
5. Построение описательной модели проблемной ситуации «организация – стейкхолдеры» на основе контент-анализа СМИ и обратной связи.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Кейсы

Кейс 1. «Молочный скандал»

Ситуация.

Крупный молочный комбинат «Родные луга» получил волну негативных публикаций в региональных СМИ и соцсетях после поста местной жительницы. Женщина сообщила, что нашла в пакете молока посторонний предмет (кусочек пластика). В комментариях пользователи требуют закрыть предприятие. Продажи за неделю упали на 15 %. Отдел по связям с общественностью не понимает, является ли это единичным случаем или системной проблемой.

Задание.

Предложите программу социологической диагностики проблемы, используя два метода сбора информации. Обоснуйте, как каждый метод поможет ответить на вопрос о системности/единичности случая. Что именно будете выявлять?

Правильный ответ:

Кейс 2. «Закрытие культурного центра»

Ситуация.

Муниципальные власти города N объявили о планах закрыть два старых дома культуры в спальных районах из-за «неэффективного расходования бюджетных средств». В социальных сетях жители начали собирать подписи против закрытия, обвиняя чиновников в неуважении к нуждам пенсионеров и молодёжи. Директор одного из центров обратился к PR-специалисту с просьбой понять реальный расклад мнений: большинство ли горожан против закрытия, или активная группа меньшинства просто громко заявляет о себе?

Задание.

Предложите типологизацию стейкхолдеров данной проблемы и выберите метод, позволяющий оценить долю каждой группы. Сформулируйте два ключевых индикатора, по которым можно определить наличие коммуникационного разрыва между властями и жителями.

Правильный ответ:

Кейс 3. «Финансовая пирамида или инновации?»

Ситуация.

Молодая компания «Быстрый рост» предлагает частным инвесторам вложить деньги в «уникальную систему автоматического трейдинга», обещая 200 % годовых. В интернете появляются как восторженные отзывы, так и подозрения, что это финансовая пирамида. Руководство компании уверяет, что у них есть патенты, но отказывается их публиковать. PR-отделу поручено провести быстрое исследование общественного мнения среди потенциальных инвесторов (люди с доходом выше среднего, 25–45 лет).

Задание.

Определите, какой метод сбора социологической информации здесь наиболее уместен и почему. Назовите три вопроса, которые необходимо задать респондентам, чтобы зафиксировать прогнозируемый репутационный риск для компании. Поясните, как интерпретировать ответы.

Правильный ответ:

Индивидуальное творческое задание

Представьте, что вы работаете PR-аналитиком в университете. Руководство просит вас оценить, как студенты и преподаватели воспринимают недавнюю реформу системы оценивания (переход на балльно-рейтинговую систему). Реформа вызвала смешанные отклики. Разработайте собственную описательную модель проблемной ситуации для этого случая, используя понятия «коммуникационный разрыв», «социальный капитал» и «репутационные риски». Ваша модель должна включать:

- Три гипотетические причины недовольства (например, недостаток информации, несправедливость критериев, технические сбои);
- Для каждой причины – указание наиболее подходящего метода сбора данных (один метод на причину, без повторений);

- Формулировку двух индикаторов, по которым можно понять, что проблема перешла из локальной в системную.

Модель оформите в виде краткого плана-схемы или связного текста (до 1 страницы). Работа оценивается по полноте использования социологических категорий и обоснованности выбора методов.

Групповое творческое задание

Ваша группа – исследовательский коллектив, которому заказчик (сеть розничных магазинов «Домашний уют») поручил выявить причины **устойчивого снижения лояльности покупателей** за последние полгода. Предварительные данные показывают, что жалоб явно мало, но продажи падают, и в соцсетях появились редкие, но очень эмоциональные негативные комментарии о «хамстве персонала» и «грязных полах».

Разработайте программу качественного исследования, включающую:

1. Типологию возможных социальных явлений (минимум три типа проблем, которые могут стоять за снижением лояльности);
2. Выбор двух методов сбора информации (один – для работы с клиентами, другой – для изучения внутренней среды магазина) и обоснование их выбора;
3. Примерный гайд для фокус-группы с клиентами (не менее 5 открытых вопросов);
4. Предложение по группировке стейкхолдеров для последующей PR-кампании после того, как проблема будет описана.

Результат оформите в виде презентации (5–7 слайдов) или письменного отчёта на 2–3 страницы. В конце группы представляют свои решения и участвуют в обсуждении: насколько их диагностическая модель позволяет отличить внешние проблемы (действия конкурентов) от внутренних (менеджмент, персонал).

Ситуационная задача

Условие задачи.

Региональный оператор сотовой связи «Юг-Телеком» зафиксировал рост числа обращений в колл-центр по поводу списания денег за услуги, которые абоненты не подключали. При этом официальные проверки не нашли ошибок в биллинговой системе. PR-специалист провёл контент-анализ 500 сообщений на форуме «Абоненты Юг-Телекома». Выяснилось, что большинство жалоб относятся к услуге «Гудок. Мелодии» и датируются первыми числами месяца. В нескольких постах пользователи рассказали, что случайно активировали услугу, нажав на всплывающее окно при проверке баланса через мобильное приложение. При этом в самом приложении нет явного предупреждения о стоимости активации.

Задание.

Какую социальную проблему в PR-коммуникациях вы здесь обнаруживаете? Предложите одно простое описание этой проблемы в терминах «коммуникационного разрыва» и один метод для быстрой проверки масштаба проблемы среди всех абонентов. Какую группировку аудитории можно сделать для последующего информирования?

Правильный ответ:

Тема 2. Межкультурное взаимодействие в PR: культурные коды и адаптация коммуникаций (УК-5.1, УК-5.2)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1.

Как показатель «дистанция власти» по Г. Хофстеде влияет на восприятие сообщений в связях с общественностью? Приведите пример для культуры с высокой дистанцией власти.

Правильный ответ:

Вопрос 2.

В чём разница между высококонтекстной и низкоконтекстной культурами по Э. Холлу? Как эта разница должна учитываться при разработке PR-материалов?

Правильный ответ:

Вопрос 3.

Назовите три социологических метода, которые используются для выявления культурных кодов целевой аудитории. Кратко поясните, что даёт каждый метод.

Правильный ответ:

Вопрос 4.

Что означает принцип «культурный релятивизм» применительно к организации межкультурного взаимодействия в сфере связей с общественностью?

Правильный ответ:

Вопрос 5.

Какие два основных риска возникают при игнорировании культурных кодов в межкультурной ПР-коммуникации? Приведите пример каждого риска.

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. Сравнительный анализ культурных измерений Г. Хофстеде и Э. Холла: применимость для проектирования ПР-кампаний в России и странах ближнего зарубежья.
2. Метод глубинного интервью как инструмент расшифровки культурных кодов коренных малочисленных народов (на примере одного региона).
3. Проективные техники в кросс-культурных ПР-исследованиях: ассоциативные тесты и завершение рассказов.
4. Стратегия диалога культур в международной благотворительной акции: как учесть ценности и табу одновременно нескольких аудиторий.
5. Разбор неудачной межкультурной ПР-коммуникации (зарубежный или российский кейс по выбору студента): причины провала и способы адаптации.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Кейсы

Кейс 1. «Упаковка для чая»

Ситуация.

Российская компания – производитель чая решила выйти на рынок Японии. Специалисты по рекламе разработали яркую упаковку с изображением семьи, пьющей чай за общим столом, и лозунгом: «Самый правильный выбор для твоего дома». Однако японский дистрибьютор сообщил, что упаковка вызывает у местных покупателей недоумение, а продажи

в тестовой группе оказались почти нулевыми. Исследования не проводились, лозунг переведён дословно.

Задание.

Какие культурные измерения (по Хофстеде и Холлу) были проигнорированы? Предложите два изменения в упаковке и тексте с учётом японских культурных кодов.

Правильный ответ:

Кейс 2. «Обучение для руководителей»

Ситуация.

Международная компания проводит тренинг для руководителей из Германии (низкая дистанция власти) и из Мексики (высокая дистанция власти) по теме «Эффективная обратная связь с подчинёнными». ПР-отдел подготовил одинаковые раздаточные материалы, где рекомендуется «открыто критиковать ошибки сотрудников при свидетелях для их же пользы». После первого дня немецкие участники были довольны, а мексиканские – крайне смущены и попросили изменить программу.

Задание.

Объясните разницу в реакции через понятие дистанции власти. Как следует адаптировать рекомендацию для мексиканской аудитории, сохранив суть обучения?

Правильный ответ:

Кейс 3. «Социальная реклама в Татарстане»

Ситуация.

В Татарстане запустили социальную рекламу о вреде бытового насилия. На плакате была изображена женщина с синяком и надпись крупными буквами: «Терпеть нельзя! Обращайся за помощью!» Акция вызвала неожиданную негативную реакцию в национальных районах. Местные старейшины заявили, что реклама «бесстыдно выносит сор из избы» и разрушает традиционные устои. При этом сами факты насилия жители не одобряют.

Задание.

Какой культурный код был нарушен? Предложите альтернативную коммуникационную стратегию, основанную на принципе инклюзивности и уважения культурных различий.

Правильный ответ:

Индивидуальное творческое задание

Задание.

Представьте, что вы – специалист по связям с общественностью в международной компании, которая открывает филиал в Республике Саха (Якутия). Вам необходимо изучить культурные коды коренного населения (якутов) для разработки внутренней ПР-кампании по найму сотрудников. Используя только открытые источники (закономерности, описанные в теории), выполните следующие шаги (письменно, 1–1,5 страницы):

1. Сформулируйте три гипотезы о вероятных культурных особенностях якутской аудитории, основываясь на известных вам характеристиках северных, арктических и тюркских культур. Каждую гипотезу свяжите с одним из измерений Г. Хофстеде или Э. Холла.

2. Предложите два социологических метода из числа изученных, которыми можно проверить эти гипотезы, и для каждого метода кратко опишите, на какой вопрос он должен дать ответ.

3. Напишите один пример ПР-сообщения (текст объявления о вакансии), которое было бы адаптировано под предполагаемые культурные коды, и один пример того же объявления, которое было бы оскорбительным или непонятным (для наглядного контраста). Поясните различия.

Работа оценивается по глубине анализа и умению применять теоретические понятия к конкретной культурной среде без использования шаблонных решений.

Групповое творческое задание

Ваша группа получила заказ от международного фестиваля уличного искусства, который пройдёт одновременно в трёх городах: Казани (преимущественно татарская и русская культуры), Владикавказе (осетинская культура) и Калининграде (европеизированная, балтийская культура). Организаторы хотят разработать единый ПР-материал (плакат и пост в соцсетях), который будет понятен и принят во всех трёх локациях без искажений. При этом в каждой локации есть свои культурные коды: у татар – скромность и уважение к старшим, у осетин – культ гостя и сдержанность в публичных жестах, у жителей Калининграда – открытость и ирония.

Задания для группы:

1. Проведите краткий анализ рисков для каждой культуры: какие элементы возможного плаката (цвет, позы людей, текст) могут быть истолкованы негативно.
2. Предложите конкретный эскиз вербальной и визуальной концепции (описательно, без рисунка), которая реализует принцип инклюзивности – не нивелирует различия, а находит общие ценности.
3. Разработайте сценарий проверки этой концепции с помощью метода фокус-группы отдельно в каждом городе. Напишите по 3 вопроса для каждой фокус-группы.
4. Подготовьте устную презентацию (5 минут) своего решения для остальных групп, где объясните, как вы учли культурный релятивизм и диалог культур.

Результат сдаётся в виде краткого отчёта (2–3 страницы) и демонстрируется на семинаре. Оценивается способность группы работать с разными культурными кодами без упрощений и создавать практически реализуемую коммуникацию.

Ситуационная задача

Условие задачи.

Сетевой магазин одежды решил запустить рекламную кампанию в двух соседних регионах: в Республике Бурятия и в Иркутской области. Было создано одно видео для соцсетей: молодая девушка громко и эмоционально рассказывает о скидках, активно жестикулирует и смотрит прямо в камеру. В Иркутской области видео получило много положительных откликов, а в Бурятии – массу негативных комментариев. Бурятские подписчики писали, что девушка «ведёт себя вызывающе», «неуважительно» и «такой рекламе не верят».

Задание.

Какой культурный код (или измерение) объясняет разницу в восприятии? Предложите одно простое изменение в рекламном сообщении, которое сделает его приемлемым для Бурятии, не испортив для Иркутской области.

Правильный ответ:

Раздел 2. Коммуникативные стратегии, управление проектами и презентация данных в PR

Тема 3. Профессиональная коммуникация в PR: представление социологических результатов для разных аудиторий (УК-4.1)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1.

Назовите четыре жанра профессиональной коммуникации в сфере связей с общественностью и кратко укажите основное назначение каждого из них.

Правильный ответ:

Вопрос 2. чём заключается главное различие в изложении результатов социологического исследования для клиента и для широкой общественности? Приведите по одному примеру неудачной формулировки для каждой аудитории.

Правильный ответ:

Вопрос 3.

Какие три основных коммуникативных барьера наиболее часто возникают при передаче социологических результатов в ПР-среде? Предложите способ преодоления одного из них с помощью точной русскоязычной формулировки.

Правильный ответ:

Вопрос 4.

Какие стилистические и этические нормы необходимо соблюдать при защите методологических решений ПР-проекта перед коллегами-социологами? Назовите два главных требования.

Правильный ответ:

Вопрос 5.

Опишите структуру устной презентации социологических результатов для стейкхолдеров (например, совета директоров). Какие три элемента обязательны, даже если времени мало?

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. Сравнительный анализ жанров «аналитический отчет» и «пост-релиз»: трансформация данных исследования в новостную заметку.
2. Коммуникативные барьеры между социологом и ПР-менеджером: способы их преодоления через единый терминологический словарь.
3. Как подготовить устное выступление по результатам фокус-групп для клиента, который «не верит социологии»: риторические приемы и этические ограничения.
4. Стилистические ошибки в экспертных заключениях по ПР-проектам: разбор реальных примеров из практики.
5. Роль меморандума в управлении внутренними коммуникациями: фиксация социологических данных для принятия решений в команде.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Кейсы

Кейс 1. «Цифры не убеждают»

Ситуация.

Социологическая лаборатория провела опрос жителей города о необходимости строительства нового моста. Результаты показали, что 72% респондентов поддерживают проект. Однако на заседании городской думы глава транспортного комитета заявил: «Эти

опросы ничего не значат. Люди скажут что угодно, но когда дело дойдёт до налогов – передумают». PR-специалисту, представлявшему отчёт, не удалось переубедить чиновника. В отчёте было написано: «Выборка квотная, N=1000, доверительный интервал 3%, вопрос задавался после предъявления карточки с вариантами ответов».

Задание.

Какую ошибку в коммуникации допустил PR-специалист? Переформулируйте вывод исследования для этого стейкхолдера, используя точный, но убедительный русский язык. Предложите один приём усиления доверия к данным.

Правильный ответ:

Кейс 2. «Три аудитории – один текст»

Ситуация.

Агентство провело исследование эффективности новой системы мотивации в крупной розничной сети. По поручению руководителя PR-отдела надо подготовить три документа: 1) внутренний меморандум для директоров магазинов, 2) пресс-релиз для отраслевого журнала, 3) пост для социальных сетей для широкой публики. Исходные данные: «Текущая производительность снизилась на 18%, производительность выросла на 12%, индекс удовлетворённости сотрудников увеличился с 2,8 до 3,6 балла по пятибалльной шкале. Наибольший эффект – среди продавцов до 30 лет». Молодой специалист написал во все три документа одну и ту же фразу: «Результаты внедрения новой системы мотивации демонстрируют положительную динамику ключевых показателей».

Задание.

Объясните, почему эта фраза плоха для каждой из трёх аудиторий. Напишите по одному адаптированному предложению для директоров, для журнала и для широкой публики, используя те же цифры.

Правильный ответ:

Кейс 3. «Дискуссия на учёном совете»

Ситуация.

Магистрант-социолог выступает на учёном совете с результатами своего исследования по PR-методам в государственных учреждениях. После доклада профессор резко критикует выборку, называя её «случайной и непредставительной». На самом деле выборка была стратифицированной и соответствовала всем стандартам. Магистрант, растерявшись, отвечает: «Нет, вы не правы, выборка хорошая». Дискуссия заходит в тупик, остальные члены совета начинают сомневаться в надёжности работы.

Задание.**

Какие этические и стилистические нормы были нарушены магистрантом? Предложите корректную формулировку ответа, которая защищает методологию, но сохраняет уважение к оппоненту. Из каких трёх частей должен состоять такой ответ?

Правильный ответ:

Индивидуальное творческое задание

Задание.

Вы – социолог в консалтинговой компании. Ваш заказчик – руководитель регионального управления культуры – просит представить результаты опроса посетителей театров. Опрос показал, что 80% зрителей недовольны отсутствием современных удобств (буфеты, гардеробы, навигация) и только 20% – содержанием спектаклей. Однако директор театра хочет услышать в отчёте акцент на творческих успехах, а не на бытовых проблемах. Ваша задача – подготовить три варианта письменного заключения (каждое объёмом 4–5 предложений) для трёх разных аудиторий:

1. Для заказчика (руководитель управления культуры) – строго по данным, без искажений, но с учётом его возможного желания «сохранить лицо» театра.
2. Для коллектива театра (внутренний меморандум) – мотивирующий, указывающий на зоны роста, но не деморализующий.

3. Для публичного отчёта на сайте министерства – краткий, позитивный, но без сокрытия фактов.

Напишите эти три варианта. В конце кратко поясните (2–3 предложения), какие стилистические и языковые приёмы вы использовали для каждой аудитории. Работа оценивается по гибкости и этичности формулировок.

Групповое творческое задание

Ваша группа – проектный офис по связям с общественностью крупной железнодорожной компании. Проведено исследование удовлетворённости пассажиров пригородных электричек. Основные выводы:

- Пассажиры старше 50 лет недовольны отсутствием сидячих мест в часы пик (75% жалоб).
- Пассажиры 18–30 лет недовольны нестабильной работой интернета в поездах (60% жалоб).
- Общая удовлетворённость – 65%, что ниже целевого показателя (80%).
- Открытые вопросы показали: старшее поколение использует фразу «нас не слышат», молодёжь пишет «ужасный вайфай» (орфография сохранена).

Руководство просит подготовить доклад на оперативном совещании (устное выступление на 5 минут), который будет представлен трём категориям слушателей: начальнику департамента пассажирских перевозок (технократ, любит цифры), пресс-секретарю (заботится об имидже в соцсетях) и главному инженеру (отвечает за технику). Вы не можете уместить все детали, нужно выбрать главное.

Задания:

1. Выделите один ключевой вывод и две конкретные рекомендации, которые устроят всех троих (даже если частично).
2. Подготовьте три разные вступительные фразы – для каждого слушателя – которые показывают, что вы понимаете его заботы (по 1 фразе). Напишите их прямо.
3. Придумайте один наглядный образ (метафору или сравнение), который поможет объяснить разницу между потребностями возрастных групп без упрощения и обидных обобщений.
4. Проиграйте в группе короткую сцену (или запишите текст) защиты методологии: как вы ответите на реплику начальника: «Почему я должен верить этим 65%? Мои глаза говорят, что поезда полные, значит, всё нормально».

Результат оформите в виде плана выступления (не более 1 страницы) и устно презентуете другой группе. Оценивается умение адаптировать сообщение под разных стейкхолдеров в рамках одного выступления.

Ситуационная задача

Условие задачи.

Аналитический отдел крупного интернет-магазина подготовил отчёт по итогам опроса покупателей: «Товар доставляется вовремя – 94% случаев. Задержки случаются только в трёх регионах (менее 5% от общего числа заказов)». Руководитель ПР-отдела просит написать пост в социальные сети об успехах службы доставки. Менеджер написал черновик: «Наша доставка – самая пунктуальная в стране! Только 6% заказов приходят с задержкой, но мы работаем над этим». В комментариях тут же появились гневные отклики: «6% – это огромная цифра! Враньё!» Выяснилось, что менеджер перепутал доли: задержки – 6% от заказов в проблемных регионах, а не от общих.

Задание.

Какая ошибка в интерпретации и в коммуникации была допущена? Перепишите новость так, чтобы она была и точной, и позитивной, и не вводила в заблуждение. Используйте только русский язык.

Правильный ответ:

Тема 4. Управление социальными и исследовательскими проектами в PR: стратегии и оценка рисков (ПК-1.4)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1.

Перечислите основные этапы управления социальным проектом в сфере связей с общественностью. Какой этап является ключевым для предотвращения рисков?

Правильный ответ:

Вопрос 2.

Что такое «измеримая цель» в коммуникационном проекте? Приведите пример правильной и неправильной формулировки цели для исследования отношения жителей к новой транспортной схеме.

Правильный ответ:

Вопрос 3.

Назовите три типа рисков, которые могут возникнуть при проведении социологического опроса в рамках коммуникационного проекта. Для каждого типа приведите по одному примеру.

Правильный ответ:

Вопрос 4.

Как мониторинг на основе эмпирических данных помогает корректировать стратегию управления проектом в сфере связей с общественностью? Приведите пример из кризисного регулирования.

Правильный ответ:

Вопрос 5.

Какие методы качественной оценки рисков применимы на старте коммуникационного проекта? Опишите один из них.

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. Постановка измеримых целей в социальных проектах: от общих желаний к конкретным индикаторам (разбор пяти ошибок).
2. Типология рисков в исследовательских проектах для сферы связей с общественностью: методологические, этические, репутационные.
3. Количественные методы оценки рисков: построение матрицы вероятность-последствия и расчёт ожидаемых потерь.
4. Как метод «кейс-стади» (изучение отдельных случаев) помогает управлять кризисным регулированием – на примере двух реальных историй.
5. Мониторинг и коррекция стратегии по ходу проекта: использование еженедельных «быстрых замеров» в социальных сетях и опросах.

Кейсы

Кейс 1. «Не тот район»

Ситуация.

Благотворительный фонд запускает проект по сбору средств на ремонт детской площадки. Была поставлена цель: «за три месяца привлечь 500 тысяч рублей через смс-пожертвования». Социолог провёл опрос жителей района и выяснил, что 70% респондентов готовы пожертвовать до 100 рублей. На основе этого разработали смс-рассылку и баннеры. Однако за первый месяц собрали только 30 тысяч. Выяснилось, что опрос проводился в центральной части района, где живут люди с высоким доходом, но они редко пользуются смс-пожертвованиями. А на окраине, где площадка реально нужна, доходы ниже, зато люди активнее откликаются на смс-просьбы.

Задание.

Какой тип риска не был учтён? В чём ошибка управления проектом? Предложите два конкретных корректирующих действия, которые нужно было сделать на этапе мониторинга после первой недели сбора средств.

Правильный ответ:

Кейс 2. «Эксперимент с информированием»

Ситуация.

Сотрудники университетской кафедры связей с общественностью решили провести эксперимент: в двух студенческих группах сравнить эффективность двух способов информирования о предстоящей конференции. В первой группе использовали личные сообщения в чате, во второй – общее объявление на стене. Гипотеза: личные сообщения дадут явку на 30% выше. Исследователи не предупредили студентов, что они участвуют в эксперименте, а после его окончания опубликовали в открытом доступе таблицу с именами и отметками «не пришёл» без согласия. Несколько студентов подали жалобу в деканат на нарушение этики.

Задание.

Определите, какие риски (типология) проявились в этом проекте. Предложите план коррекции, который позволил бы завершить исследование и опубликовать результаты, не нарушая этических норм. Что нужно было сделать на этапе планирования?

Правильный ответ:

Кейс 3. «Быстрый опрос после аварии»

Ситуация.

В городе произошла крупная авария на теплотрассе – без отопления остались 50 тысяч человек. Администрация города наняла социологическую компанию для проведения опроса пострадавших жителей, чтобы оценить ущерб и настроения. Компания предложила метод телефонного опроса по случайной выборке из базы номеров. Однако из-за аварии линии связи перегружены, дозвониться удаётся только до 20% из намеченных номеров, причём отвечают в основном пенсионеры, которые сидят дома. Молодёжь и работающие не доступны. Результаты опроса показали низкий уровень возмущения (только 30% недовольны), что не соответствовало реальной картине – в социальных сетях бушевал гнев.

Задание.

Какой риск проявился? Какая стратегия управления проектом должна быть скорректирована? Предложите комбинированный метод сбора данных, который снизил бы риск смещения (нерепрезентативности) в экстренной ситуации.

Правильный ответ:

Индивидуальное творческое задание

Задание для студента.

Вы – руководитель небольшого исследовательского отдела в компании, занимающейся коммуникационным консалтингом. Вам поручили разработать план управления рисками для проекта «Изучение лояльности сотрудников крупного завода». Проект включает: анонимный онлайн-опрос всех 2000 сотрудников (длится две недели), последующую фокус-группу с 12 добровольцами, подготовку отчёта для руководства завода. Бюджет ограничен, времени – месяц.

Ваша задача – создать письменный документ (объёмом 1-1,5 страницы), в котором:

1. Перечислите не менее пяти конкретных рисков по трём категориям из изученной типологии (методологические, этические, репутационные, организационные, культурные – любые три категории).
2. Для каждого риска укажите один способ его качественной оценки (например, «экспертная оценка вероятности по шкале от 1 до 3») и один способ снижения или предотвращения.
3. Выберите один риск, который вы считаете самым критичным, и опишите план действий (три шага) на случай, если этот риск реализуется в середине опроса.

Работа оценивается по полноте охвата возможных угроз и реалистичности предложенных мер. Используйте только русскоязычные термины.

Групповое творческое задание

Вашей группе поручено разработать **стратегию кризисного регулирования** для регионального аэропорта. Ситуация: в средствах массовой информации появилась новость о том, что в аэропорту у нескольких пассажиров украли вещи из багажа. Аэропорт отрицает факты, но за два дня количество негативных упоминаний выросло в 10 раз. Руководство просит срочно провести социологическое сопровождение и скорректировать коммуникацию. У вас есть 3 дня и ограниченный бюджет.

Задания для группы (необходимо подготовить устную презентацию на 7 минут и краткий план действий):

1. Сформулируйте измеримую цель антикризисной коммуникации (в виде: «снизить долю негативных отзывов с ... до ... за ... дней / недель»). Обоснуйте цифры.
2. Определите три ключевых риска самого исследовательского этапа (например, как опросить пассажиров, не вызвав ещё большего недовольства) и предложите способы их снижения.
3. Выберите два метода сбора социологических данных для быстрой диагностики реального масштаба проблемы и оценки доверия к аэропорту. Объясните, почему именно эти методы подходят в условиях кризиса.
4. Разработайте план мониторинга – какие показатели вы будете отслеживать ежедневно и какие пороговые значения будут сигналом к смене стратегии.
5. Подготовьте одну ключевую фразу (для первого официального заявления аэропорта), которая будет основана на предположительных данных опроса (придумайте эти данные сами, но правдоподобно). Объясните, как эта фраза снижает репутационный риск.

Группы представляют свои решения и участвуют в обсуждении: какие решения наиболее выполнимы в реальных условиях ограниченного времени.

Ситуационная задача

Условие задачи.

Студенческая команда проводит исследование отношения жителей к установке шумозащитных экранов вдоль железной дороги. Они выбрали метод уличного опроса с планшетами. На втором день работы интервьюер сообщает, что в одном из дворов пожилая женщина накричала на него, сказав, что «экологи опять врут, экраны не помогут, только деньги потратят». Интервьюер расстроен, отказывается продолжать работу в этом районе. Руководитель проекта должен принять решение.

Задание.

Какой тип риска реализовался? Какое **корректирующее действие** должен предпринять руководитель, чтобы сохранить качество данных и моральный дух команды? Напишите три коротких шага (как распоряжение для интервьюера).

Правильный ответ:

Тема 5. Интегративный практикум: разработка и защита PR-стратегии на основе социологических данных (УК-4.1, УК-5.1, УК-5.2, ПК-1.1, ПК-1.4)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1.

Назовите три обязательных этапа разработки стратегии в сфере связей с общественностью, которые опираются на социологические данные. Почему каждый из этих этапов невозможен без предварительного исследования?

Правильный ответ:

Вопрос 2.

Как, используя результаты мини-исследования (например, фокус-группы), можно скорректировать изначальную гипотезу о межкультурных различиях? Приведите пример.

Правильный ответ:

Вопрос 3.

Какие элементы обязательны в презентации готовой стратегии перед заказчиком, чтобы защитить методологические решения и соблюсти этические нормы?

Правильный ответ:

Вопрос 4.

Что означает «принцип инклюзивности» при проектировании кампании для мультикультурной аудитории? Как его проверить с помощью социологического метода?

Правильный ответ:

Вопрос 5.

Опишите структуру антикризисной коммуникационной процедуры, которую необходимо разработать в рамках проекта. Какие социологические данные нужны для её создания?

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. От диагностики проблемы до ключевого сообщения: как результаты одного опроса меняют всю стратегию (реальный кейс).
2. Социологическое обоснование выбора каналов коммуникации для молодёжной и старшей аудитории в одном проекте.
3. Роль пилотного исследования в снижении рисков при разработке межкультурной кампании.
4. Как защищать методологические решения перед заказчиком, который «не верит социологии»: языковые и риторические приёмы.
5. Инклюзивность на практике: разбор удачной и неудачной российской кампании с точки зрения социологических замеров.

Кейсы

Кейс 1. «Непонятая благотворительность»

Ситуация.

Благотворительный фонд помощи бездомным животным разработал стратегию сбора средств: использовал плакаты с изображением больных собак и текстом «Помогите им выжить!». На стадии пилотного тестирования в одном районе города кампания провалилась – люди отворачивались, а в соцсетях написали: «Опять давят на жалость, надоело». Социологи провели быстрый опрос и выяснили, что жители этого района устали от агрессивной рекламы и желают видеть позитивные примеры помощи, а не страдания.

Задание.

Какой этап разработки стратегии был пропущен? Какое мини-исследование следовало провести заранее? Предложите изменённое ключевое сообщение, основанное на новых данных, и опишите, как его проверить перед полным запуском.

Правильный ответ:

Кейс 2. «Скандал с национальным костюмом»

Ситуация.

Федеральный бренд одежды запустил рекламную кампанию с использованием стилизованных элементов костюмов народов Севера, назвав коллекцию «Дикое вдохновение». Представители коренных народов выразили возмущение: они сочли, что их культуру изображают примитивной и используют без уважения. В социальных сетях начался бойкот. Руководство бренда обратилось к социологам с просьбой срочно разработать антикризисную коммуникацию и переработать стратегию.

Задание.

Какой принцип межкультурного взаимодействия был нарушен? Разработайте план из трёх шагов для антикризисной процедуры (что делать в ближайшие сутки, неделю, месяц), опираясь на социологический сбор данных. Какое мини-исследование нужно провести немедленно?

Правильный ответ:

Кейс 3. «Школьный проект: родители против»

Ситуация.

Команда магистрантов разработала для школы проект по развитию добровольчества среди старшеклассников. Они провели опрос учащихся: 80% поддержали идею. Однако на презентации проекта родительскому комитету разгорелся конфликт – родители заявили, что это «отвлечёт от учёбы» и «непонятно, кто будет отвечать за безопасность». Магистранты растерялись, не смогли ответить на вопросы, и проект отклонили.

Задание.

Какая ошибка была допущена в организации коммуникации со стейкхолдерами? Как следовало изменить процесс разработки стратегии, чтобы учесть интересы родителей? Предложите структуру выступления перед родительским комитетом (три блока), основанную на социологических данных.

Правильный ответ:

Индивидуальное творческое задание

Вы – независимый социолог-консультант. К вам обратилась инициативная группа жителей многоквартирного дома: они хотят провести кампанию по сбору подписей за установку детской площадки во дворе, но сталкиваются с сопротивлением управляющей компании. Жители уже собрали 100 подписей, но чиновник сказал: «Это ваша активная группа, а большинству всё равно».

Ваша задача – разработать краткую программу социологического мини-исследования (на 2 страницы), которая позволит:

1. Выявить реальную долю сторонников и противников площадки среди всех жителей дома (метод, выборка, объём).
2. Определить культурные коды и главные возражения тех, кто против (какой метод сбора подойдёт и какие вопросы задать).
3. Предложить три варианта ключевых сообщений для двух разных сегментов аудитории: колеблющихся пожилых людей и родителей с детьми.

В конце задания напишите короткий план презентации этих результатов перед жителями (какую диаграмму показать, какую фразу сказать первой). Работа оценивается по реалистичности и применимости в реальном дворе.

Групповое творческое задание

Ваша группа – консалтинговое агентство в сфере связей с общественностью. К вам поступил заказ от муниципального театра кукол. Театр переживает падение зрительского интереса среди семей с детьми (посещаемость снизилась на 40% за два года). Руководство подозревает, что проблема не в плохих спектаклях (они получают призы), а в устаревшем образе театра и неудобной афише. Бюджет проекта ограничен, срок – 2 месяца.

Задания для группы (итоговый документ – письменный отчёт + защита перед «заказчиком» – преподавателем):

1. Сформулируйте измеримую цель кампании (например, повысить посещаемость среди семей с детьми до такого-то процента за такой-то срок).
2. Выберите два социологических метода для диагностики: один для выявления культурных кодов современных родителей (что они ценят в досуге), другой – для оценки текущего образа театра. Опишите, кого именно будете опрашивать и как (выборка, инструмент).

3. Разработайте три ключевых сообщения для трёх разных каналов (группа в соцсети, объявление в школе, афиша у метро) с учётом принципа инклюзивности (чтобы не исключать семьи с детьми с особенностями развития или с низким доходом).

4. Составьте карту рисков (минимум 4 риска) – методологических, этических, организационных – и для каждого опишите процедуру мониторинга и коррекции.

5. Подготовьте 5-минутную презентацию проекта, в которой нужно: защитить выбор методов, показать ожидаемые результаты, ответить на вопросы «заказчика» о том, почему вы уверены в успехе.

Группы выступают по очереди; остальные играют роль стейкхолдеров (родители, чиновники). Оценивается полнота использования социологических данных и качество защиты.

Ситуационная задача

Условие задачи.

Студенческая группа проводит презентацию своего проекта по улучшению коммуникации между ветеринарными клиниками и владельцами домашних животных. На слайде они пишут: «Мы опросили 20 человек, и 19 сказали, что недовольны ценами. Вывод: цены надо снижать». Преподаватель спрашивает: «20 человек – это достаточно для выводов по всему городу? Кто эти 20 человек? Почему вы не спросили о качестве услуг?» Студенты не могут ответить.

Задание.

Какие методологические и коммуникативные ошибки допущены? Предложите **одну фразу**, которую следовало бы добавить на слайд, чтобы честно отразить ограничения исследования. Как переформулировать вывод, чтобы он не звучал как претензия ко всем клиникам, а был основан на данных?

Правильный ответ:

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,2	20
Итого:	x	0,4	40

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4 Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ-1

Раздел 1. Социологическая диагностика и межкультурное измерение в PR-коммуникациях

Темы 1-2

Вопрос 1. *Чем кризис доверия отличается от негативного имиджа как социальной проблемы в сфере связей с общественностью? Приведите по одному примеру каждой проблемы. (2 балла)* **Эталонный ответ:** Кризис доверия – это глубинное разрушение уверенности аудитории в надёжности организации, часто связанное с фактами обмана или систематическими сбоями. Негативный имидж – это устойчивый неблагоприятный образ, который может не сопровождаться реальным недоверием (например, компанию считают «скучной», но не обманщицей). Пример кризиса доверия: сокрытие банком финансовых потерь приводит к массовому оттоку вкладов. Пример негативного имиджа: производителя молока считают «старомодным» из-за старой упаковки, хотя качество продукта высокое.

Вопрос 2. *Назовите три метода сбора социологической информации, которые используются для эмпирической фиксации прогнозируемых проблем в связях с общественностью. Укажите, какой из них наиболее чувствителен к выявлению скрытых конфликтов. (2 балла).* **Эталонный ответ:** Три метода: контент-анализ публикаций, опросы общественного мнения, фокус-группы. Наиболее чувствителен к выявлению скрытых конфликтов метод фокус-групп, так как в живом обсуждении участники могут неожиданно проявить латентные обиды или опасения, которые не фиксируются стандартизированными опросами.

Вопрос 3. *Что означает понятие «коммуникационный разрыв» между организацией и аудиторией? Приведите пример формулировки сообщения, создающей такой разрыв. (2 балла).* **Эталонный ответ:** Коммуникационный разрыв – это ситуация, когда передаваемое сообщение систематически понимается аудиторией иначе, чем задумано отправителем, из-за различий в языке, ценностях или контексте. Пример разрыва: организация заявляет «проводим оптимизацию штата», а сотрудники понимают «массовые увольнения без предупреждения». В результате падает доверие, хотя оптимизация могла означать переобучение.

Вопрос 4. *Перечислите четыре типа стейкхолдеров в типичном проекте по связям с общественностью (по характеру их интереса и власти). Какой метод группировки здесь используется? (2 балла).* **Эталонный ответ:** Четыре типа: 1) ключевые игроки (высокий интерес, высокая власть); 2) те, кого надо держать в курсе (высокий интерес, низкая власть); 3) те, кого надо держать удовлетворёнными (низкий интерес, высокая власть); 4) незначительная группа (низкий интерес, низкая власть). Используется метод группировки на основе матрицы «интерес – власть» (также типологизация по двум критериям).

Вопрос 5. *Как понятие «социальный капитал» из теоретической социологии применительно к сфере связей с общественностью помогает диагностировать репутационные риски? (2 балла).* **Эталонный ответ:** Социальный капитал – это совокупность доверительных связей и сетей, которыми располагает организация. Снижение социального капитала проявляется в росте взаимного недоверия, отказе стейкхолдеров от сотрудничества и распространении негативных слухов. Диагностика репутационных рисков через замеры индикаторов доверия (готовность рекомендовать, частота позитивных упоминаний) позволяет предупредить кризис: если индикаторы падают, риск велик, даже при отсутствии открытых жалоб.

Вопрос 6. *В чём разница между высококонтекстной и низкоконтекстной культурами по Э. Холлу? Как эта разница влияет на выбор жанра пресс-релиза? (2 балла)* **Эталонный ответ:** В низкоконтекстных культурах информация передаётся явно, вербально, требуется точность и полнота. В высококонтекстных – большая часть смысла заложена в невербальных сигналах, традициях и общей истории. Для низкоконтекстной аудитории пресс-релиз должен быть детальным, с цифрами и прямыми формулировками. Для высококонтекстной – кратким, с намёками, ссылками на общие ценности; излишняя прямота может быть воспринята как грубость.

Вопрос 7. *Приведите пример применения проективной техники для выявления культурного кода целевой аудитории. Какой код можно выявить с помощью метода*

«незаконченных предложений»? (2 балла). **Эталонный ответ:** Проективная техника «незаконченные предложения»: респондентам дают начало фразы «Настоящая семейная забота – это...», а они завершают. Анализ ответов выявляет культурный код отношения к семье – например, если большинство пишут «время, проведенное вместе» (коллективизм) или «финансовая независимость каждого» (индивидуализм). Таким способом можно выявить код индивидуализма/коллективизма, а также код дистанции власти (например, окончание «...когда старших слушаются»).

Вопрос 8. Назовите три принципа организации межкультурного взаимодействия, которые необходимо учитывать при адаптации рекламной кампании для мультикультурной аудитории. Раскройте один из них. (2 балла). **Эталонный ответ:** Три принципа: диалог культур, культурный релятивизм, инклюзивность. Культурный релятивизм означает, что практики и ценности каждой культуры следует оценивать изнутри, не навязывая «эталонную» культуру. Например, нельзя считать неприемлемым избегание прямого взгляда в культурах Азии – это норма уважения, а не трусость. В ПР-кампании это требует не переделывать местные кодексы под свои стандарты, а встраиваться в них.

Вопрос 9. Что такое «дистанция власти» в концепции Г. Хофстеде? Приведите пример, как высокий уровень дистанции власти должен влиять на оформление обращения к клиентам в почтовой рассылке. (2 балла). **Эталонный ответ:** Дистанция власти – степень, в которой общество принимает и ожидает неравного распределения власти. При высокой дистанции власти аудитория ждёт уважительного, иерархически выстроенного обращения. В почтовой рассылке обращение должно быть формальным, с указанием титулов (например, «Уважаемый господин Иванов!») и подписью высокопоставленного лица. Фамильярное «Привет, дорогой!» будет воспринято как оскорбление. При низкой дистанции допустимо обращение по имени и равенство тона.

Вопрос 10. Какие два основных типа рисков возникают при игнорировании культурных кодов в межкультурной коммуникации? Проиллюстрируйте каждый на примере из практики связей с общественностью. (2 балла). **Эталонный ответ:** Первый риск – недопонимание смысла сообщения вплоть до противоположного. Пример: лозунг «Сделай сам» в культуре с высоким избеганием неопределённости воспримется как «компания снимает с себя ответственность», а не как приглашение к творчеству. Второй риск – культурный конфликт (оскорбление табу). Пример: использование изображения собаки в рекламе продуктов для аудитории, где собака считается нечистым животным. Оба риска ведут к репутационным потерям и бойкоту.

Критерии оценивания

Оценка выставляется путем суммирования баллов за каждый ответ согласно критериям.

2 балла – ответ полностью соответствует эталонному, студент демонстрирует понимание, все необходимые элементы присутствуют.

1 балл – ответ содержит неполноту, неточность, отсутствует пример или один из ключевых элементов, но основная идея верна.

0 баллов – ответ неверен, не по теме, либо отсутствует (или содержит грубые ошибки, искажающие суть).

Общие критерии оценивания

Оценка	Сумма баллов (максимум 20)
«отлично»	18–20
«хорошо»	14–17
«удовлетворительно»	10–13
«неудовлетворительно»	менее 10

КТ-2

Раздел 2. Коммуникативные стратегии, управление проектами и презентация данных в PR

Темы 3-5

Вопрос 1. *Чем аналитический отчёт отличается от пресс-релиза как жанр профессиональной коммуникации в сфере связей с общественностью? Назовите одно ключевое различие в цели и одно – в языке. (2 балла).* **Эталонный ответ:** Аналитический отчёт предназначен для внутреннего использования (заказчик, руководство), его цель – представить полные данные и обоснованные выводы; язык – научно-деловой, допускаются термины, цифры, детали. Пресс-релиз предназначен для средств массовой информации, его цель – привлечь внимание к событию или новости; язык – краткий, публицистический, без узких терминов и избыточных цифр. Пример различия: в отчёте пишут «коэффициент корреляции составил 0,72», а в пресс-релизе – «исследование подтвердило связь между этими явлениями».

Вопрос 2 *Перечислите три жанра профессиональной коммуникации, которые используются для внутреннего взаимодействия в организации (внутри PR-отдела или между отделами). Для каждого укажите его основное назначение. (2 балла).* **Эталонный ответ:** 1) Меморандум – служебная записка для фиксации договорённостей, инструкций или предупреждения о рисках. 2) Экспертное заключение – аргументированное мнение специалиста по какому-либо вопросу для принятия решения. 3) Внутренняя презентация – наглядное представление результатов или планов для обсуждения в команде. Все три жанра предполагают деловой, точный язык и ориентацию на коллег-профессионалов.

Вопрос 3. *Каковы главные отличия в изложении результатов социологического исследования для клиента и для широкой общественности? Приведите по одному примеру фразы, уместной для каждой аудитории. (2 балла).* **Эталонный ответ:** Клиенту нужны точные цифры, статистическая значимость, методологические ограничения и конкретные рекомендации – например: «Доля одобрения составляет 62% с погрешностью 3%, что статистически значимо, рекомендуем усилить канал соцсетей». Широкой общественности – простой смысл, эмоциональный образ, ответ на вопрос «почему это важно для меня» – например: «Больше половины наших соседей поддерживают новый сквер, давайте вместе сделаем его реальностью». Главное различие – степень детализации и форма языка (научно-деловой vs публицистический).

Вопрос 4. *Что такое «коммуникативный барьер» в профессиональной среде связей с общественностью? Назовите два способа его преодоления с помощью точных русскоязычных формулировок. (2 балла).* **Эталонный ответ:** Коммуникативный барьер – это препятствие на пути понимания сообщения, возникающее из-за различий в терминологии, статусе, ожиданиях или контексте. Способ преодоления терминологического барьера: вместо «выборка репрезентативна с доверительным интервалом 3%» сказать «мы опросили 1000 человек, и наши выводы можно распространить на всех жителей города с очень маленькой ошибкой». Способ преодоления барьера недоверия: вместо «мы гарантируем» сказать «по данным нашего исследования, 90% опрошенных подтвердили этот факт, что позволяет нам с уверенностью утверждать».

Вопрос 5. *Что такое «измеримая цель» при управлении проектом в сфере связей с общественностью? Приведите пример правильно поставленной измеримой цели для кампании по повышению лояльности клиентов. (2 балла).* **Эталонный ответ:** Измеримая цель – это формулировка желаемого результата, содержащая числовой индикатор, срок и способ проверки достижения. Пример: «Повысить долю клиентов, готовых рекомендовать компанию друзьям, с 45% до 60% через три месяца после запуска программы лояльности, измеряемую ежемесячным опросом». Такая цель позволяет распределить ресурсы, контролировать промежуточные результаты и своевременно корректировать стратегию.

Вопрос 6. *Перечислите три типа рисков из типологии, применяемой в управлении PR-проектами, и для каждого приведите по одному примеру. (2 балла).* **Эталонный ответ:** Методологический риск – ошибка выборки в опросе, из-за которой результаты не отражают мнение всей аудитории. 2) Этический риск – разглашение персональных данных респондентов

без их согласия. 3) Репутационный риск – публикация результатов, которые могут быть истолкованы как оскорбительные для некоторой группы. Другие типы: организационные (срыв сроков), культурные (неучёт местных табу). Каждый риск требует отдельной оценки и плана снижения.

Вопрос 7. Назовите два метода качественной оценки рисков и один метод количественной оценки. Кратко опишите суть каждого. (2 балла). **Эталонный ответ:** Качественные методы: мозговой штурм (групповое выявление возможных рисков) и метод Дельфи (анонимный опрос экспертов в несколько туров для согласования оценок). Количественный метод: построение матрицы «вероятность – серьёзность последствий» с присвоением числовых баллов (например, от 1 до 5) и расчёт интегрального показателя риска как произведения вероятности и серьёзности. Количественная оценка позволяет ранжировать риски и определять приоритеты.

Вопрос 8 Какие основные этапы управления исследовательским проектом в сфере связей с общественностью необходимо пройти от постановки цели до начала сбора данных? Назовите три этапа. (2 балла). **Эталонный ответ:** Постановка измеримых целей и задач проекта. 2) Распределение ресурсов (бюджет, время, люди). 3) Формирование команды и распределение ролей (руководитель, интервьюеры, аналитики). После этих этапов следует разработка инструментария (анкеты, гайда), пилотаж и только затем полевой сбор данных. Пропуск любого этапа повышает риски.

Вопрос 9. Что такое «антикризисная коммуникационная процедура» и из каких трёх обязательных элементов она должна состоять в рамках ПР-проекта? (2 балла). **Эталонный ответ:** Антикризисная коммуникационная процедура – это заранее разработанный план действий при наступлении неблагоприятных событий (скандал, утечка данных, ошибка в коммуникации). Три обязательных элемента: 1) перечень возможных кризисных сценариев с признаками их наступления; 2) назначенные ответственные лица и каналы оповещения; 3) заготовленные шаблоны сообщений для разных аудиторий и план мониторинга общественной реакции. Процедура разрабатывается на основе социологических данных о слабых местах организации.

Вопрос 10. Какие требования к презентации проекта перед комиссией (с точки зрения соблюдения этических и стилистических норм русскоязычной профессиональной коммуникации) вы считаете главными? Назовите два требования и поясните каждое. (2 балла). **Эталонный ответ:** Первое требование – честное указание ограничений использованных методов. Например, нельзя скрывать, что опрос проводился только среди активных пользователей соцсетей, иначе это вводит заказчика в заблуждение. Второе требование – уважительная форма несогласия с критикой: вместо «вы не правы» говорить «благодарю за замечание, позвольте уточнить наши данные». Также важно избегать жаргонизмов и излишне сложных терминов при объяснении выводов несоциологам. Соблюдение этих норм укрепляет профессиональную репутацию и повышает доверие к результатам.

Критерии оценивания

Оценка выставляется путем суммирования баллов за каждый ответ согласно критериям.

2 балла – ответ полностью соответствует эталонному, студент демонстрирует понимание, все необходимые элементы присутствуют.

1 балл – ответ содержит неполноту, неточность, отсутствует пример или один из ключевых элементов, но основная идея верна.

0 баллов – ответ неверен, не по теме, либо отсутствует (или содержит грубые ошибки, искажающие суть).

Общие критерии оценивания

Оценка	Сумма баллов (максимум 20)
«отлично»	18–20

Оценка	Сумма баллов (максимум 20)
«хорошо»	14–17
«удовлетворительно»	10–13
«неудовлетворительно»	менее 10

Подготовка рефератов по темам дисциплины «Социологические методы в PR».

1. Социальная проблема в контексте связей с общественностью: критерии выявления, типология и способы диагностики (на примере кризиса доверия).
2. Контент-анализ как метод эмпирической фиксации репутационных рисков организации: техника проведения и ограничения.
3. Фокус-группы в PR-исследованиях: возможности выявления латентных конфликтов и прогнозирования информационных кризисов.
4. Нетнография как метод изучения стихийных обсуждений в социальных сетях для диагностики проблем в PR-коммуникациях.
5. Группировка и типологизация целевых аудиторий в связях с общественностью: социологические основания и практические алгоритмы.
6. Понятие «социальный капитал» в прикладных PR-исследованиях: индикаторы, методы измерения и связь с доверием.
7. Диагностика коммуникационных разрывов между организацией и аудиторией: построение описательных моделей на основе социологических данных.
8. Кросс-культурные опросы в PR: адаптация инструментария, учёт дистанции власти и индивидуализма/коллективизма.
9. Глубинные интервью как метод расшифровки культурных кодов при подготовке межкультурной PR-кампании.
10. Проективные техники в изучении восприятия PR-сообщений: ассоциативные тесты и метод незаконченных предложений.
11. Принцип культурного релятивизма в связях с общественностью: как избежать оскорбления аудитории и построить диалог.
12. Адаптация PR-стратегий для высококонтекстных и низкоконтекстных культур: сравнительный анализ кейсов.
13. Жанровое разнообразие профессиональной коммуникации социолога в PR: аналитический отчёт, меморандум, экспертное заключение (сравнительная характеристика).
14. Коммуникативные барьеры между социологом и заказчиком PR-проекта: типичные ошибки и способы их преодоления через точные русскоязычные формулировки.
15. Представление результатов социологических исследований для разных аудиторий (клиенты, СМИ, широкая общественность): трансформация языка и форматов.
16. Постановка измеримых целей в PR-проекте: социологическое обоснование индикаторов и методов сбора данных.
17. Типология рисков при реализации социологических исследований в сфере связей с общественностью: методологические, этические, репутационные, организационные, культурные.
18. Методы качественной и количественной оценки рисков в PR-проектах: матрица «вероятность – последствия» и экспертное ранжирование.
19. Мониторинг и коррекция PR-стратегии на основе эмпирических данных: организация регулярных замеров и пороговые значения вмешательства.
20. Социологическое сопровождение кризисного регулирования: от экстренной диагностики до антикризисной коммуникационной процедуры (на примере реального кейса).

Методические рекомендации по подготовке реферата:

Подготовка реферата способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании реферата по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка реферата требует от обучающегося самостоятельности и интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы:

- изучение наиболее важных научных работ по данной теме;
- анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений;
- обобщение и логическое построение материала, например, в форме развернутого плана;
- написание текста реферата с соблюдением требований научного стиля.

Построение реферата включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других научных проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь структурно-логическое деление. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме *зачёта*.

Промежуточная аттестация в письменной форме предполагает её проведение в виде выполнения тестовых заданий. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами.

Промежуточная аттестация в устной форме предполагает её проведение в виде индивидуального или перекрестного устного опроса по вопросам из перечня, определяемого рабочей программой дисциплины.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Раздел 1. Социологическая диагностика и межкультурное измерение в PR-коммуникациях

Тема 1. Социологические методы выявления и описания социальных проблем в PR-среде

1. Дайте определение социальной проблемы в контексте связей с общественностью. Приведите три примера таких проблем (кризис доверия, негативный имидж, информационный конфликт).

2. В чём различие между кризисом доверия и репутационными рисками как социальными проблемами в ПР? Поясните на примерах.

3. Перечислите четыре метода сбора социологической информации, которые используются для эмпирической фиксации существующих и прогнозируемых проблем в ПР-среде (контент-анализ, опросы, фокус-группы, нетнография).

4. Опишите, как метод контент-анализа может помочь выявить нарастающий информационный конфликт вокруг организации.

5. Что такое «группировка и типологизация социальных явлений» в ПР-коммуникациях? Приведите пример типологии целевых аудиторий по степени лояльности.

6. Как понятие «социальный капитал» из теоретической социологии интерпретируется применительно к ПР? Назовите два индикатора его измерения.

7. В чём разница между понятиями «доверие» и «репутация» в прикладных ПР-исследованиях? Приведите пример, когда высокое доверие не означает безупречную репутацию.

8. Что такое «коммуникационный разрыв» между организацией и аудиторией? Опишите два способа его диагностики с помощью социологических методов.

Тема 2. Межкультурное взаимодействие в ПР: культурные коды и адаптация коммуникаций

9. Назовите три ключевых культурных измерения по Г. Хофстеде и кратко охарактеризуйте каждое (дистанция власти, индивидуализм/коллективизм, избегание неопределённости – по выбору).

10. В чём суть различия высококонтекстных и низкоконтекстных культур по Э. Холлу? Как это различие влияет на формулировку пресс-релиза?

11. Какие социологические методы используются для выявления культурных кодов целевых аудиторий? Опишите один из них (кросс-культурный опрос, глубинное интервью, проективная техника).

12. Приведите пример применения проективной техники «незаконченные предложения» для выявления культурного кода отношения к авторитетам (дистанции власти).

13. Что означает принцип «культурный релятивизм» применительно к разработке ПР-кампании? Приведите пример его нарушения.

14. Опишите стратегию «диалога культур» в ПР. В каких случаях она более эффективна, чем универсалистский подход?

15. Каковы основные риски адаптации глобальной ПР-кампании к локальной культуре? Назовите два типичных примера недопонимания.

16. Приведите пример удачной и неудачной межкультурной ПР-коммуникации (из российских или международных кейсов). В чём причина успеха/провала?

Раздел 2. Коммуникативные стратегии, управление проектами и презентация данных в ПР

Тема 3. Профессиональная коммуникация в ПР: представление социологических результатов для разных аудиторий

17. Перечислите четыре жанра профессиональной коммуникации в сфере ПР (аналитический отчёт, пресс-релиз, меморандум, экспертное заключение). Укажите основное назначение каждого.

18. В чём различие языковых и стилистических требований к аналитическому отчёту и к посту-релизу (статье для широкой публики)?

19. Как следует излагать результаты социологического исследования для клиента, если клиент не имеет социологического образования? Приведите две рекомендации.

20. Опишите, как нужно адаптировать презентацию социологических данных для аудитории средств массовой информации. Какие элементы обязательны, а какие избыточны?

21. Назовите три основных коммуникативных барьера, возникающих при передаче социологических результатов в ПР-среде, и предложите способ преодоления одного из них.

22. Что такое «этические нормы профессиональной коммуникации» при защите методологических решений ПР-проекта? Приведите пример нарушения.

23. Как правильно отвечать на критику методологии исследования в ходе дискуссии с коллегами-социологами? Сформулируйте корректную фразу вместо «вы не правы».

24. В чём заключается специфика устной презентации результатов для стейкхолдеров (совет директоров, общественные советы)? Назовите три обязательных элемента такого выступления.

Тема 4. Управление социальными и исследовательскими проектами в ПР: стратегии и оценка рисков

25. Перечислите основные этапы управления исследовательским проектом в сфере ПР (от постановки цели до начала сбора данных).

26. Что такое «измеримая цель» в ПР-проекте? Приведите пример правильно и неправильно сформулированной цели для кампании по улучшению имиджа.

27. Назовите три компонента распределения ресурсов при подготовке социологического исследования в ПР (бюджет, время, люди). Какие риски связаны с каждым?

28. Перечислите пять типов рисков при реализации ПР-проектов и социологических исследований (методологические, этические, репутационные, организационные, культурные). Приведите по одному примеру.

29. В чём различие качественных и количественных методов оценки рисков? Назовите один качественный и один количественный метод.

30. Опишите метод построения матрицы «вероятность – серьёзность последствий» для оценки рисков в ПР-проекте. Как интерпретировать ячейки матрицы?

31. Как организовать мониторинг и коррекцию стратегии управления ПР-проектом на основе эмпирических данных? Приведите пример индикатора, при снижении которого нужно менять тактику.

32. Что такое «кейс-анализ» в кризисном ПР? Как социологическое сопровождение помогает на разных этапах кризиса (предкризисном, остром, посткризисном)?

Тема 5. Интегративный практикум: разработка и защита ПР-стратегии на основе социологических данных

33. Перечислите этапы разработки группового проекта в сфере ПР от диагностики социальной проблемы до выработки стратегии.

34. Какие методы мини-исследования (опрос, фокус-группа, контент-анализ) наиболее подходят для выявления культурных кодов аудитории? Обоснуйте выбор одного из них.

35. Опишите процедуру выявления ожиданий аудитории с помощью фокус-группы при подготовке ПР-кампании для мультикультурного региона.

36. Что означает принцип инклюзивности при проектировании ПР-кампании? Как его проверить через социологическое тестирование материалов?

37. Разработайте краткую схему антикризисной коммуникационной процедуры для ПР-проекта (три обязательных элемента).

38. Назовите типичные ошибки при презентации проекта перед комиссией, связанные с нарушением стилистических норм русскоязычной профессиональной коммуникации.

39. Какие аргументы следует привести для защиты методологического решения (например, выборки в 300 человек) перед заказчиком, который считает, что «нужно опрашивать всех»?

40. Опишите структуру итоговой презентации ПР-стратегии, основанной на социологических данных (не более 7 слайдов). Какие разделы обязательны, а какие можно вынести в приложение?

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы,	90-100

приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	75-89
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	60-74
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	1-59
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных	20-29

вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Раздел 1. Социологическая диагностика и межкультурное измерение в PR-коммуникациях

Тема 1. Социологические методы выявления и описания социальных проблем в PR-среде (ПК-1.1)

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

1. Задания открытого типа с развернутым ответом

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: В региональной сети супермаркетов зафиксировано падение продаж при отсутствии явных жалоб. Руководитель отдела по связям с общественностью подозревает кризис доверия, но не понимает, как это проверить. Объясните, чем кризис доверия отличается от негативного имиджа, и предложите один метод сбора данных, который поможет диагностировать именно кризис доверия.

Правильный ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Организация планирует провести фокус-группу для выявления прогнозируемых репутационных рисков перед запуском нового продукта. Опишите, как именно фокус-группа поможет зафиксировать ещё не проявившиеся проблемы, и назовите два ключевых элемента гайда (вопросов), которые обязательно нужно включить.

Правильный ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Понятие «социальный капитал» часто используется в прикладных PR-исследованиях. Объясните, как снижение социального капитала организации может проявляться в поведении стейкхолдеров, и предложите два конкретных индикатора, по которым социолог может измерить этот процесс.

Правильный ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Специалист по связям с общественностью построил описательную модель проблемной ситуации для компании, где выявлен коммуникационный разрыв: руководство считает, что информирует сотрудников «честно и полно», а сотрудники говорят, что «начальство скрывает главное». Назовите два возможных источника этого разрыва (помимо намеренного сокрытия) и предложите один метод, который поможет уточнить, в чём именно заключается расхождение.

Правильный ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Вопрос:

Какое из перечисленных понятий наиболее точно описывает ситуацию, когда группа граждан бойкотирует товары компании из-за её действий, которые не являются незаконными, но противоречат моральным ценностям этой группы?

- А. Кризис доверия
- Б. Репутационный риск
- В. Информационный конфликт
- Г. Негативный имидж

Правильный ответ:

Пояснение

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования)

Вопрос:

Социолог провёл контент-анализ 1000 постов в соцсетях и обнаружил, что 40% негативных упоминаний о компании содержат слово «обманывают», 30% — «не выполняют обещанного», а 30% — «дорого». Какой вывод наиболее обоснован?

- А. Главная проблема компании — завышенные цены
- Б. Компания столкнулась с кризисом доверия
- В. Необходимо срочно менять визуальный стиль рекламы
- Г. Опрос не нужен, проблема очевидна

Правильный ответ:

Пояснение

3. Задания закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответов.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В)

Вопрос: Какой метод исследования наиболее эффективен для эмпирической фиксации прогнозируемых проблем, когда у организации нет гипотез о причинах недовольства, но есть подозрение, что проблема существует?

- А. Стандартизированный опрос с закрытыми вопросами
- Б. Глубинные интервью или фокус-группы
- В. Контент-анализ официальной отчётности
- Г. Наблюдение за поведением в магазине

Правильный ответ:

4. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответов.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие из перечисленных методов относятся к методам анализа, а не к методам сбора социологической информации в PR? (Выберите все верные варианты)

- А. Контент-анализ
- Б. Группировка и типологизация социальных явлений
- В. Фокус-группа
- Г. Построение описательных моделей проблемной ситуации

Правильный ответ:

5. Задание закрытого типа на установление последовательности

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.

4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАА или 135).

Вопрос: Расположите этапы диагностики социальной проблемы в PR-среде в правильном порядке (от первого к последнему):

- А. Построение описательной модели проблемной ситуации
- Б. Выбор метода сбора данных и проведение исследования
- В. Выявление признаков возможной проблемы (падение продаж, рост негатива)
- Г. Группировка и типологизация выявленных социальных явлений
- Д. Интерпретация полученных данных с использованием понятий (доверие, репутация)

Правильный ответ:

6. Задание закрытого типа на установление соответствия

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;

список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос: Установите соответствие между типом социальной проблемы в PR-среде и её характерным проявлением.

Тип проблемы	Проявление
А. Кризис доверия	1. Покупатели переходят к конкуренту, не объясняя причин, но в соцсетях пишут «не верю»
Б. Репутационный риск	2. Клиенты активно жалуются на грубость персонала, но товар по-прежнему покупают
В. Информационный конфликт	3. Журналисты публикуют противоречащие друг другу данные о безопасности продукта
Г. Негативный имидж	4. Активисты угрожают бойкотом, если компания не изменит экологическую политику

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

Правильный ответ:

Тема 2. Межкультурное взаимодействие в PR: культурные коды и адаптация коммуникаций (УК-5.1, УК-5.2)

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.

2. Продумать логику и полноту ответа.

3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Международная компания запускает рекламную кампанию в двух странах: в Германии (низкая дистанция власти) и в Мексике (высокая дистанция власти). Объясните, как различие в этом культурном измерении повлияет на восприятие рекламного обращения, построенного как дружеский совет от обычного сотрудника. Предложите адаптацию для каждой страны.

Правильный ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Социологу нужно выявить культурный код отношения к индивидуализму или коллективизму среди жителей российского региона. Какой метод из трёх (кросс-культурный опрос, глубинное интервью, проективная техника) он выберет, если бюджет ограничен, а время есть только на один метод? Опишите, как именно этот метод позволит интерпретировать культурный код.

Правильный ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Компания разработала слоган для глобальной кампании: «Делай по-своему! Думай независимо!» В культурах с высоким коллективизмом слоган вызвал негативную реакцию. Объясните почему, используя понятие культурного кода. Какой принцип межкультурного взаимодействия (диалог культур, культурный релятивизм, инклюзивность) был нарушен? Предложите альтернативный слоган.

Правильный ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: В ходе глубинных интервью с представителями коренного малочисленного народа исследователь заметил, что респонденты избегают прямого взгляда и долго молчат перед ответом на вопросы о личных предпочтениях. Как эти невербальные сигналы связаны с культурными измерениями по Э. Холлу? Как ПР-специалисту следует адаптировать формат опроса для такой аудитории?

Правильный ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Вопрос: В какой из перечисленных культур, согласно Э. Холлу, рекламное сообщение «Наш продукт – лучший. Никаких сомнений. Покупайте сейчас» с наибольшей вероятностью вызовет отторжение из-за излишней прямоты?

- А. США
- Б. Германия

- В. Япония
- Г. Австралия

Правильный ответ:

Пояснение

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования)

Вопрос: Какая стратегия организации межкультурного взаимодействия предполагает, что ПР-сообщения для разных аудиторий не должны усредняться, а должны учитывать специфику каждой группы, не оценивая одну культуру как «лучшую»?

А. Культурная универсализация

Б. Культурный релятивизм

В. Культурная ассимиляция

Г. Культурная нейтральность

Правильный ответ:

Пояснение

3. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В)

Вопрос: Какой метод относится к проективным техникам выявления культурных кодов?

А. Стандартизированный опрос по шкале Лайкерта

Б. Глубинное интервью с прямыми вопросами

В. Тест на завершение рассказа (респондент придумывает концовку истории)

Г. Контент-анализ официальных документов

Правильный ответ:

4. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие из перечисленных признаков характерны для высококонтекстной культуры по Э. Холлу? (Выберите все верные варианты)

А. Важность невербальной коммуникации (жесты, паузы, взгляды)

Б. Прямое и однозначное выражение несогласия считается нормой

В. Смысл сообщения во многом зависит от ситуации и статуса говорящего

Г. Договорённости часто фиксируются в устной форме, а не в письменных контрактах

Правильный ответ:

5. Задание закрытого типа на установление последовательности

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.
4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).

Вопрос:

Расположите этапы адаптации глобальной ПР-стратегии к локальной культуре в правильном порядке (от первого к последнему):

- А. Адаптация текстов и визуальных образов с учётом выявленных кодов
- Б. Проведение кросс-культурного опроса или глубинных интервью
- В. Выявление культурных измерений (дистанция власти, индивидуализм, контекстность) целевой аудитории
- Г. Тестирование адаптированных материалов на фокус-группе из местных жителей
- Д. Запуск кампании и мониторинг реакции

Правильный ответ:

6. Задание закрытого типа на установление соответствия

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Установите соответствие между культурным измерением и его проявлением в восприятии ПР-сообщений.

Культурное измерение	Проявление в восприятии ПР-сообщений
А. Высокая дистанция власти	1. Аудитория ценит обращение на «ты» и равноправный тон, критикует излишнюю официальность
Б. Низкая дистанция власти	2. Важны намёки, общий контекст и уважение к старшим; прямая критика в рекламе неприемлема
В. Индивидуализм	3. Сообщения, подчёркивающие личный успех, свободу выбора и конкуренцию, работают лучше
Г. Высококонтекстность	4. Аудитория ожидает формального обращения, указания статуса говорящего и авторитетных источников

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

Правильный ответ:

Раздел 2. Коммуникативные стратегии, управление проектами и презентация данных в PR

Тема 3. Профессиональная коммуникация в PR: представление социологических результатов для разных аудиторий (УК-4.1)

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Социолог подготовил аналитический отчет по результатам опроса об отношении жителей к строительству нового парка. Заказчик (глава районной управы) сказал: «Я не понимаю все эти таблицы и проценты. Скажите просто – строить или нет?» Какая ошибка в выборе жанра коммуникации была допущена? Какой жанр следовало использовать и как переформулировать выводы?

Правильный ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: На рабочем обсуждении методологии PR-проекта коллега-социолог критикует вашу выборку, называя её «нерепрезентативной». Вы уверены, что выборка корректна. Приведите пример этически корректной и стилистически грамотной русскоязычной фразы для ответа, которая не обостряет конфликт, а переводит дискуссию в конструктивное русло. Поясните, из каких трёх частей должен состоять такой ответ.

Правильный ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Вы готовите статью для отраслевого журнала по результатам исследования эффективности PR-кампании. В статье нужно представить данные о росте упоминаемости бренда с 120 до 450 в месяц. Какие языковые и стилистические требования к жанру статьи вы должны учесть? Как переписать сухую цифру «рост в 3,75 раза» в журналистском стиле, сохранив точность?

Правильный ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: PR-специалист готовит пресс-релиз по итогам социологического исследования, в котором главный вывод: «Уровень доверия к губернатору вырос с 41% до 53%». Однако при этом погрешность опроса составляет $\pm 4\%$. Как правильно отразить этот факт в пресс-релизе, чтобы не ввести журналистов в заблуждение, но и не перегрузить их техническими деталями? Напишите подходящую фразу.

Правильный ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Вопрос: Вы представляете результаты опроса о качестве медицинского обслуживания перед тремя аудиториями: главным врачом больницы, журналистами и пациентами. Для какой аудитории наиболее уместен жанр **меморандума**?

А. Пациенты

Б. Журналисты

В. Главный врач

Г. Все три аудитории одинаково

Правильный ответ:

Пояснение

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования)

Вопрос: Какая фраза представляет собой **точную русскоязычную формулировку**, преодолевающую терминологический барьер при объяснении неспециалисту понятия «доверительный интервал»?

А. «Доверительный интервал составляет 95% при $p < 0,05$ »

Б. «Погрешность нашего опроса – плюс-минус 3%, поэтому реальные цифры могут немного отличаться»

В. «Референсная валидность выборки подтверждена критерием Стьюдента»

Г. «Коэффициент конкордации свидетельствует о надёжности данных»

Правильный ответ:

Пояснение:

3. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В)

Вопрос: Какой жанр профессиональной коммуникации наиболее подходит для оперативного информирования сотрудников ПР-отдела о срочной корректировке стратегии сбора данных?

А. Аналитический отчёт

Б. Экспертное заключение

В. Меморандум

Г. Пресс-релиз

Правильный ответ:

4. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие из перечисленных требований являются стилистическими нормами при подготовке аналитического отчёта для клиента? (Выберите все верные варианты)

А. Использование отточий, восклицательных знаков и разговорных оборотов

Б. Чёткая структура (введение, методика, результаты, выводы, рекомендации)

В. Абзацы, нумерованные списки, заголовки для удобства чтения

Г. Минимум терминов, замена их эмоциональными оценками

Правильный ответ:

5. Задание закрытого типа на установление последовательности

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.

4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАА или 135).

Вопрос:

Расположите этапы подготовки устного выступления с результатами социологического исследования перед стейкхолдерами в правильном порядке (от первого к последнему):

А. Подготовка слайдов с ключевыми графиками

Б. Формулировка главного вывода «одним предложением»

В. Сбор вопросов от аудитории и подготовка ответов на возражения

Г. Определение состава аудитории и их ожиданий

Д. Репетиция с таймингом и корректировка языка

Правильный ответ:

6. Задание закрытого типа на установление соответствия

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;

список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос: Установите соответствие между жанром профессиональной коммуникации в ПР и его основным языковым/стилистическим требованием.

Жанр	Требование
------	------------

Жанр	Требование
А. Пресс-релиз	1. Научно-деловой стиль, полные формулировки, статистические таблицы, ссылки на источники
Б. Аналитический отчёт	2. Краткость, факт новости, ответ на вопросы «кто, что, где, когда, почему?»
В. Пост-релиз (для соцсетей)	3. Аргументированное суждение эксперта, но без избыточных цифр, для принятия решения
Г. Экспертное заключение	4. Живой язык, эмодзи, короткие абзацы, призыв к действию или обсуждению

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

Правильный ответ:

Тема 4. Управление социальными и исследовательскими проектами в PR: стратегии и оценка рисков (ПК-1.4)

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Руководитель PR-проекта поставил цель: «Улучшить отношение жителей к городскому транспорту». Социолог указал, что цель не является измеримой. Переформулируйте эту цель в измеримую, включив числовой индикатор, срок и способ проверки. Объясните, почему измеримая цель важна для управления рисками.

Правильный ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: В ходе реализации проекта по сбору данных методом онлайн-опроса выяснилось, что целевая аудитория (пенсионеры) почти не отвечает, так как не пользуется интернетом. Какой тип риска реализовался? Предложите план коррекции стратегии, включающий два конкретных действия, которые можно выполнить без остановки всего проекта.

Правильный ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Разработайте краткую процедуру количественной оценки риска для следующей ситуации: в PR-проекте по запуску нового продукта вы выделили репутационный риск «негативная реакция экологов». Вероятность оценивается экспертами как 40%, а серьёзность последствий (в денежном выражении) – как потеря 2 миллионов рублей. Рассчитайте

интегральный показатель риска. Какой порог для принятия мер вы бы установили, если бюджет проекта – 10 миллионов?

Правильный ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Социолог сопровождает кризисный ПР-проект: в компании произошла утечка персональных данных клиентов. Назовите три этапа социологического сопровождения (до кризиса, в момент кризиса, после кризиса) и для каждого укажите одну конкретную задачу сбора данных.

Правильный ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Вопрос: Какое распределение ресурсов в исследовательском проекте является наиболее эффективным для снижения методологического риска при ограниченном бюджете?

- А. 90% бюджета на полевые работы, 10% на анализ
- Б. 10% на пилотаж, 70% на сбор данных, 20% на контроль качества и верификацию
- В. 50% на мотивацию респондентов, 30% на отчет, 20% на технику
- Г. 100% на сбор данных, анализ – силами студентов бесплатно

Правильный ответ:

Пояснение

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования)

Вопрос: На этапе мониторинга проекта вы зафиксировали, что индекс лояльности клиентов (NPS) упал с +25 до +5 при плановом значении +30. Какое действие должно быть предпринято в первую очередь согласно стратегии управления проектом?

- А. Продолжить реализацию проекта без изменений, так как падение может быть случайным
- Б. Немедленно остановить проект и вернуть деньги заказчику
- В. Проанализировать данные по сегментам и запустить корректирующие коммуникации
- Г. Уволить аналитика, который проводил замер

Правильный ответ:

Пояснение

3. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты-ты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В)

Вопрос: Какой тип риска иллюстрирует ситуация, когда интервьюер задаёт наводящие вопросы, искажая ответы респондента?

А. Организационный риск

Б. Репутационный риск

В. Методологический риск

Г. Культурный риск

Правильный ответ:

4. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты-ты ответа.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие из перечисленных действий относятся к **качественным методам оценки рисков** в ПР-проекте? (Выберите все верные варианты)

А. Построение матрицы «вероятность – последствия» на основе экспертных оценок

Б. Расчёт ожидаемого денежного ущерба (вероятность × серьёзность)

В. Мозговой штурм команды проекта для выявления возможных угроз

Г. Метод Дельфи (многоуровневый анонимный опрос экспертов)

Правильный ответ:

Пояснение

5. Задание закрытого типа на установление последовательности

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.

4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).

Вопрос: Расположите этапы управления рисками ПР-проекта в правильном порядке (от первого к последнему):

А. Разработка планов реагирования на приоритетные риски

Б. Количественная и качественная оценка выявленных рисков

В. Мониторинг и контроль рисков в ходе реализации проекта

Г. Идентификация (выявление) возможных рисков

Д. Ранжирование рисков по степени важности

Правильный ответ:

6. Задание закрытого типа на установление соответствия

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;
- список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос: Установите соответствие между типом риска в ПР-проекте и его примером.

Тип риска	Пример
А. Этический риск	1. Интервьюер из-за болезни не вышел на работу, сроки сдвинулись
Б. Организационный риск	2. Опросник не учитывает культурный табу на обсуждение темы денег
В. Культурный риск	3. Результаты опроса опубликовали с именами респондентов без их согласия
Г. Методологический риск	4. Выборка сформирована только по базе постоянных клиентов, хотя нужно мнение всех жителей

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

Правильный ответ:

Тема 5. Интегративный практикум: разработка и защита PR-стратегии на основе социологических данных (УК-4.1, УК-5.1, УК-5.2, ПК-1.1, ПК-1.4)

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Студенческая группа разрабатывает ПР-стратегию для областной библиотеки, которая столкнулась с падением посещаемости среди молодёжи. Группа провела онлайн-опрос среди подписчиков библиотеки в соцсетях (150 человек) и выяснила, что 80% опрошенных хотят больше молодёжных мероприятий. На защите проекта преподаватель спросил: «Насколько ваша выборка отражает мнение всей молодёжи города, включая тех, кто не подписан на библиотеку?» Какой методологический недостаток выявлен и как его можно было исправить на этапе планирования исследования? Предложите два варианта.

Правильный ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: В ходе разработки ПР-кампании для сети кофеен вы выявили культурный код: в одном районе города ценят «уединение и тишину», а в другом – «шумное общение». Опишите, как принцип инклюзивности должен быть реализован в единой региональной кампании, чтобы не оттолкнуть ни одну из групп. Предложите два конкретных элемента сообщения.

Правильный ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: Ваша группа защищает проект перед комиссией. Один из членов комиссии говорит: «Ваш опрос проведён на 200 респондентах – этого недостаточно для надёжных выводов». Приведите корректную этичную формулировку ответа, которая защищает вашу методологию (объясняет достаточность выборки для поставленной задачи) и сохраняет уважение к оппоненту. Из каких трёх частей должен состоять ответ?

Правильный ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Вопрос: В рамках интегративного практикума ваша группа провела контент-анализ постов в социальных сетях и выявила, что 40% негативных отзывов о компании содержат слово «безразличие». На основе этого вы предложили стратегию «персонального внимания». Опишите, как вы будете оценивать риски этой стратегии (какие риски видите) и какую антикризисную коммуникационную процедуру разработаете на случай, если кампания вызовет обратную реакцию.

Правильный ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Вопрос:

Группа провела фокус-группу для выявления культурных кодов аудитории. Модератор заметил, что участники из старшего поколения часто отвечают: «Как старшие скажут» или «Мы люди подневольные». Какой культурный код это отражает и как его учесть в ПР-стратегии?

- А. Индивидуализм – делать акцент на личном выборе
- Б. Низкую дистанцию власти – строить кампанию на равноправии
- В. Высокую дистанцию власти – использовать авторитетных посредников
- Г. Высокую контекстность – использовать намёки и символы

Правильный ответ:

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования)

Вопрос: При разработке ПР-стратегии группа провела опрос и получила данные, что 70% жителей поддерживают идею пешеходной зоны. На презентации проекта член комиссии спросил: «А почему вы не спросили предпринимателей, чьи магазины пострадают от закрытия улицы?» Какая ошибка была допущена в диагностике социальной проблемы?

- А. Неверный выбор метода сбора данных
- Б. Неполная типологизация стейкхолдеров
- В. Отсутствие описательной модели проблемной ситуации
- Г. Игнорирование принципа инклюзивности

Правильный ответ:

3. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В)

Вопрос: Какое из перечисленных действий относится к этапу **оценки рисков** в рамках интегративного практикума?

- А. Формулировка гипотез о культурных кодах аудитории
- Б. Составление матрицы «вероятность – серьезность последствий»
- В. Создание макета рекламного постера
- Г. Транскрибирование записей фокус-группы

Правильный ответ:

4. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие из перечисленных элементов **обязательны** для качественной презентации ПР-стратегии перед комиссией? (Выберите все верные варианты)

А. Описание метода сбора данных и его ограничений (с честным указанием слабых сторон)

Б. Перечисление всех затрат на канцелярские принадлежности

В. Главный вывод «одним предложением» и ключевая рекомендация

Г. Ответы на возможные возражения (заранее подготовленные)

Правильный ответ:

5. Задание закрытого типа на установление последовательности

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.

4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАВ или 135).

Вопрос: Расположите этапы разработки и защиты группового ПР-проекта в правильном порядке (от первого к последнему):

- А. Проведение мини-исследования (опрос, фокус-группа, контент-анализ)

- Б. Презентация стратегии перед комиссией и участие в дискуссии
- В. Диагностика социальной проблемы и выявление культурных кодов аудитории
- Г. Разработка антикризисной коммуникационной процедуры
- Д. Проектирование PR-кампании с учётом инклюзивности
- Е. Оценка рисков и корректировка стратегии на основе данных

Правильный ответ:

6. Задание закрытого типа на установление соответствия

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос: Установите соответствие между этапом интегративного практикума и его содержанием (конкретной задачей).

Этап	Содержание
А. Диагностика социальной проблемы	1. Определение, что падение посещаемости вызвано не отсутствием мероприятий, а коммуникационным разрывом
Б. Проведение мини-исследования	2. Расчёт вероятности и серьёзности срыва сроков из-за погодных условий
В. Оценка рисков	3. Подготовка слайдов с ключевыми графиками и отработка ответов на вопросы
Г. Презентация проекта	4. Серия глубинных интервью с представителями разных возрастных групп для выявления культурных кодов

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

Правильный ответ:

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность – до 15 минут. Вторая часть – выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование

социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность – 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность – 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Лазарева, М. В. PR-технологии в социально-культурной сфере : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / М. В. Лазарева, С. А. Мухамедиева, О. В. Устимова ; Кемеров. гос. ин-т культуры. – Кемерово : КемГИК, 2024. - 110 с. – ISBN 978-5-8154-0711-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2197112> (дата обращения: 14.05.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 238 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019658-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2244719> (дата обращения: 14.05.2026). – Режим доступа: по подписке.

3. Кургаева, Ж. Ю. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / Ж. Ю. Кургаева. — Казань : КНИТУ, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-7882-3185-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/330860> (дата обращения: 14.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Бейзеров, В. А. Связи с общественностью : учебное пособие / В. А. Бейзеров. — Гомель : ГГУ имени Ф. Скорины, 2025. — 245 с. — ISBN 978-985-32-0125-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/508145> (дата обращения: 14.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Гогуадзе, М. Г. Основы PR-технологий : учебное пособие / М. Г. Гогуадзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова. — Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех" им. Д.Ф. Устинова, 2021. —

222 с. — ISBN 978-5-907324-36-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/220271> (дата обращения: 14.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.2. Дополнительная литература

1. Горкина, М. Б. PR на 100% : Как стать хорошим менеджером по PR : практическое руководство / М. Б. Горкина, А. А. Мамонтов, И. Б. Манн. — 6-е изд. - Москва : Альпина Паблицер, 2026. - 248 с. — (Серия «Бизнес на 100%»). - ISBN 978-5-9614-1323-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2231300> (дата обращения: 14.05.2026). — Режим доступа: по подписке.

2. Кулаковский, Р. К. Связи с общественностью: практикум : учебное пособие / Р. К. Кулаковский. — Новосибирск : СибГУТИ, 2024. — 56 с. — ISBN 978-5-91434-117-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/508637> (дата обращения: 14.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947> (дата обращения: 14.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.4. Интернет-ресурсы

Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	https://cyberleninka.ru/
ЭБС «ЛАНЬ»	https://e.lanbook.com
ЭБС «ЗНАНИУМ»	https://znanium.ru
ЭБС «SOCHUM»	https://sochum.ru

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудитории:

- Лекционные
- Семинарские
- Помещения для самостоятельной работы

Требования к оборудованию:

- Доска
- проектор
- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению:

- пакет Microsoft Office