

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»

А.С. Ильин, Л.В. Фомина

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Методические указания по выполнению контрольных работ

Электронное издание

Красноярск 2016

Рецензент

*Г.В. Панасенко, д-р филос. наук, профессор,
зав. каф. управления персоналом СибГТУ*

Ильин, А.С.

Теория и практика связей с общественностью: методические указания по выполнению контрольных работ / А.С. Ильин, Л.В. Фомина; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2016. – 19 с.

Приведены основные требования к оформлению и содержанию контрольной работы по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью», список научной и учебной литературы.

Предназначено для студентов заочной формы обучения Института международного менеджмента и образования по направлениям подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» и 38.03.02 «Менеджмент».

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Красноярского государственного аграрного университета

© Ильин А.С., Фомина Л.В., 2016

© ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», 2016

ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» является научной дисциплиной, которая изучает информационные потоки и связи организации со своей общественностью для формирования ее положительного имиджа и достижения своих целей.

Связи с общественностью представляют собой такую область знаний, которая опирается на теоретические разработки, исследования, систематизацию и обобщение практического опыта управления: описание и методы изучения мнения и поведения людей и групп общественности в различных организационных ситуациях, объяснения причин их поступков, предсказания их поведения в будущем для управления общественным мнением и поведением.

Приобретенные знания и практические навыки должны обеспечить студентам умение самостоятельно и на достаточно высоком теоретическом уровне принимать решения в области управления информацией и связей с общественностью. Дисциплина предполагает формирование следующих компетенций: общекультурные – ОК-2, ОК-6, ОК-14, ОК-17; профессиональные ПК-4, ПК-20, ПК-38, ПК-41, ПК-62.

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в приобретении студентами компетенций по изучению, проектированию и управлению процессом коммуникации с персоналом и другими группами общественности организации.

Задачи изучения дисциплины:

- развитие навыков самостоятельного поиска и анализа источников информации;
- усвоение методов сбора, обработки, анализа и распространения информации;
- умение выстраивать коммуникации с различными группами общественности организации.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать

- основные виды деловых коммуникаций, их значение в профессиональной деятельности;
- вербальные и невербальные средства коммуникации;
- типы коммуникативных личностей, их роль в коммуникации;

– принципы выстраивания и поддержания деловой коммуникации;

– особенности деловой коммуникации в различных национальных культурах;

уметь

– применять на практике знания о деловых коммуникациях;

– применять методы выстраивания и поддержания деловой коммуникации;

– корректно использовать приемы делового общения;

– эффективно взаимодействовать при принятии коллегиальных решений;

– учитывать специфику делового общения в различных национальных, социальных и профессиональных группах;

владеть

– навыками реализации знаний об основных видах деловых коммуникаций;

– навыками практического применения методов выстраивания и поддержания деловой коммуникации;

– навыками грамотного ведения телефонного разговора, деловой переписки, переговоров;

– навыками реализации принципов успешной самопрезентации.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Контрольная работа – это один из видов самостоятельной работы студентов, направленный на выявление уровня усвоения учебного материала. Контрольная работа является документом, выступающим особой формой отчетности по самостоятельной работе студента в процессе изучения курса.

Работа представляет собой итог самостоятельного изучения студентом одной или нескольких научных работ и должна отражать их основное содержание. При ее написании студент должен продемонстрировать умение выделять главное в научном тексте, видеть проблемы, которым посвящены работы, а также пути и способы их решения, используемые автором (или авторами).

Написанию контрольной работы предшествует большая самостоятельная работа по изучению учебной, специальной, научной литературы. Она позволяет студенту овладеть комплексом основных навыков и приемов анализа, обобщения, классификации полученной информации, которая поможет в будущем специалисту в его профессиональной деятельности.

В контрольной работе студент использует три группы источников:

- 1) документы: Конституция РФ, Трудовой кодекс РФ, законы РФ о свободе совести, о СМИ, о защите информации, уставные и отчетные документы конкретных организаций;
- 2) научные монографии, статьи, статистические сборники, словари, энциклопедии;
- 3) статьи периодической печати и сети Интернет, официальные сайты организаций, рекламные материалы.

Каждому студенту рекомендуется при чтении документов, научной и учебной литературы вести записи: делать выписки, составлять конспекты, аннотации, вносить записи в словарь терминов, заполнять библиографические карточки и располагать их в алфавитном порядке.

2. СТРУКТУРА КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Контрольная работа должна иметь четкую структуру:

- 1) титульный лист (см. Приложение А);

- 2) содержание;
- 3) введение;
- 4) задание № 1;
- 5) задание № 2;
- 6) задание № 3 (словарь терминов);
- 7) заключение;
- 8) библиографический список.

3. ТРЕБОВАНИЯ К НАПИСАНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

3.1. Требования к внешнему виду текста контрольной работы

Текстовые документы могут содержать описание, расчеты, формулы, таблицы, ведомости, чертежи, схемы, эскизы, графики, диаграммы, фотографии и т.п.

Текстовые документы выполняются на одной стороне листа белой (писчей) бумаги формата А4 (210x297 мм) через 1,5 интервала. Шрифт черный, 14 кегль, Times New Roman. Поля: слева, сверху, снизу – 25, справа – 15 мм. Отступ 15 мм.

Устанавливается в выкладке «стили» для всего документа: **Стиль основной: шрифт (по умолчанию) Times New Roman, 14 pt, отступ, первая строка: 1,5 см, по ширине, междустрочный интервал: 1,5 строки.**

Нумерация страниц сквозная и включает титульный лист и приложения. Страницы нумеруются арабскими цифрами в центре нижней части страницы без точки, на титульнике номер страницы не указывается.

Содержание документа и порядок расположения разделов должны соответствовать заданию на выполнение работы. *После номера раздела, подраздела, пункта и подпункта в тексте точку не ставят.*

Введение, заключение и библиографический список не нумеруются.

Если текст подразделяется только на пункты, то они нумеруются порядковыми номерами в пределах всего текстового документа. Если раздел или подраздел имеет только один пункт или пункт имеет один подпункт, то нумеровать его не следует.

Заголовки следует печатать с абзацного отступа строчными буквами (кроме первой прописной). Переносы слов в заголовках не

допускаются. Точка в конце заголовка не ставится. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Расстояние

Стиль заголовка 1: междустрочный интервал: одинарный, абзац: интервал, после: 24 пт, не отрывать от следующего, уровень 1, основан на стиле: обычный.

Стиль заголовка 2: междустрочный интервал: одинарный, абзац: интервал, после: 36 пт, не отрывать от следующего, уровень 2, основан на стиле: обычный.

Текст документа, текст документа. Текст документа, текст документа.

Не разрешается размещать заголовки и подзаголовки в нижней части страницы, если на ней не помещается более 2–3 строк последующего текста. Не допускаются висячие строки.

Каждый раздел текстового документа рекомендуется начинать с новой страницы.

Перед каждым *перечислением* следует ставить дефис или строчную букву (за исключением ё, з, о, ч, ь, й, ы, ь), после которой ставится скобка.

Пример

- а) _____
- б) _____
 - 1) _____
 - 2) _____

Перечисления могут состоять как из *законченных*, так и *незаконченных* фраз.

Незаконченные фразы пишутся со строчных букв и обозначаются арабскими цифрами или строчными буквами с полукруглой закрывающей скобкой.

Законченные фразы пишутся с абзацными отступами, начинаются с прописных букв и отделяются друг от друга точкой.

Основную вводную фразу нельзя обрывать на предлогах или союзах (на, из, от, то, что, как и т.п.).

Сокращение слов не допускается. Исключение составляют общепринятые в русском языке сокращения. В тексте документа, за исключением формул, таблиц и рисунков, не допускается:

- 1) применять знак минус (–) (следует писать слово «минус»);
- 2) применять знак минус (–) или знак плюс (+) при упоминании положительных или отрицательных значений температуры (следует

писать слово «плюс» или «минус»), например: «...в условиях температуры окружающей среды от минус 60°С до плюс 50°С»;

3) применять без числовых значений знаки $>$ (больше), $<$ (меньше), $=$ (равно), \geq (больше или равно), \leq (меньше или равно), \neq (не равно), а также знаки № (номер), % (процент).

В тексте документа числовые значения величин с обозначением единиц физических величин и единиц счета следует писать цифрами, а числа без обозначения единиц физических величин и единиц счета от единицы до девяти – словами.

Пример: Итого по смете расходов общая сумма для реализации двух мероприятий составит 7273,75 тыс. руб.

При ссылках на использованные источники указывают порядковый номер по списку источников в скобках. Пример: [5].

Текст цитаты заключается в кавычки с сохранением особенностей авторского написания. Научные термины, предложенные другими авторами, не заключаются в кавычки, исключая случаи явной полемики. В этих случаях употребляется выражение «так называемый». При цитировании каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

В текстовых документах применяют следующие *виды иллюстраций*: чертежи, графики, схемы, диаграммы, фотоснимки, ленты с записью самопишущего прибора, при этом они указываются в тексте как *рисунки*. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в тексте. Иллюстрации располагают непосредственно после первого упоминания или на следующей странице. Все иллюстрации нумеруют арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумерация в пределах раздела.

При ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.2» при нумерации в пределах раздела. Ссылки на ранее упомянутые иллюстрации дают с сокращенным словом «смотри», например: (см. рисунок 3).

Пример.

Рисунок 2.2 – Диаграмма неявок на работу

Рисунок 2.3 – Удовлетворенность персонала характеристиками работы

Построение таблиц. Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Допускается приводить в таблицах текстовый материал. Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. На все таблицы документа должны быть приведены ссылки следующим образом: «...в таблице 1.1». Над левым верхним углом таблицы с абзацного отступа помещают надпись «Таблица» с указанием номера таблицы.

Заголовки граф таблицы начинают с прописных букв, а подзаголовки – со строчных, если они составляют одно предложение с заголовком.

Заголовки граф, как правило, записывают параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.

Головка таблицы должна быть отделена линией от остальной части таблицы.

Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, ее делят на части, помещая одну часть под другой или рядом, при этом в каждой части таблицы повторяют ее головку и боковик. При делении таблицы на части допускается ее головку или боковик заменять соответственно номером граф и строк. При этом нумеруют арабскими цифрами графы и (или) строки первой части таблицы.

При переносе части таблицы на ту же или другие страницы название таблицы помещают только над первой частью.

Слово «Таблица» указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут «Продолжение таблицы» с указанием номера (обозначения) таблицы.

Если в конце страницы таблица прерывается и ее продолжение будет на следующей странице, в первой части таблицы нижнюю горизонтальную линию, ограничивающую таблицу, не проводят.

Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа документа (альбомная ориентация страницы).

Графу «№ п/п» в таблицу не включают. При необходимости нумерации показателей или других данных порядковые номера указывают арабскими цифрами в боковике таблицы перед их наименованием.

Если цифровые или иные данные в таблице не приводят, то в графе ставят прочерк (тире). При наличии в документе небольшого по объему цифрового материала его нецелесообразно оформлять

таблицей, а следует давать текстом, располагая цифровые данные в виде колонок.

Приложениями могут быть: графический материал, таблицы большого формата, расчеты, описания аппаратуры и приборов, копии подлинных документов, выдержки из отчетных материалов, производственные планы и протоколы, отдельные положения из инструкций и правил, ранее неопубликованные тексты, переписка и т.п. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты и т.д.

При написании работы обязательны цитирование, ссылки на источники и литературу. Поэтому при изучении литературы следует правильно и полно оформлять библиографические данные на используемые источники.

В тексте после каждой цитаты прямой речи, приведенных статистических данных или беглого цитирования других источников, следует поставить квадратную скобку. В ней необходимо указать номер источника по списку и номер страницы. Например: [10, 64].

Под каждой цитируемой таблицей, диаграммой или рисунком следует написать «Таблица (Рисунок) №...» и привести источник.

Образцы оформления документов, монографий и статей приведены в разделе «Рекомендуемая литература».

3.2. Требования к написанию контрольных работ по форме

1. Работа должна быть написана грамотным научным языком.
2. Стандартный объем работы 25-30 машинописных страниц.
3. Названные в содержании разделы должны быть отражены в тексте.
4. Все разделы текста работы должны иметь нумерацию.

3.3. Требования к контрольной работе по содержанию

1. Тема должна соответствовать содержанию.
2. Все разделы работы подчинены раскрытию темы.
3. Библиографический список оформляется в соответствии со стандартными требованиями к библиографическому списку (ГОСТ 7.1-2008).

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Задания для контрольной работы

Контрольная работа состоит из трех заданий.

Задание 1. Раскрыть заданную тему по трем из следующих вопросов:

1. Брендинг.
2. Имидж и бренд.
3. Информационно-аналитические продукты.
4. Классификация коммуникаций.
5. Коммуникативная кампания.
6. Коммуникативные потребности.
7. Модель коммуникации.
8. Происхождение PR.
9. Содержание профессиональной деятельности: анализ.
10. Содержание профессиональной деятельности: информирование.
11. Содержание профессиональной деятельности: прогноз.
12. Социальное проектирование.

Выбор вопросов осуществляется следующим образом:

- 1-й вопрос – по последней цифре зачетной книжки;
- 2-й вопрос – путем прибавления к последней цифре зачетной книжки 2 единиц;
- 3-й вопрос – путем прибавления к последней цифре зачетной книжки 5 единиц.

Например, при подготовке первой части контрольной работы студент-заочник изучает как учебную литературу, так и статьи в научных журналах. В заключении необходимо сделать выводы. Текст данной части контрольной работы не должен превышать 10 страниц. Библиографический список обязателен.

Задание 2. Составьте словарь основных понятий:

Public relations, связи с общественностью, информационные потоки, внутренняя и внешняя общественность, имидж, организационная культура, коммуникация, канал коммуникации, информационное пространство, информационный продукт, информационное поле, це-

левая и ключевая группы, аналитика, прогнозирование, конфликт, формальные и неформальные каналы коммуникации, корпоративный кодекс, информационная война, социальный отчет.

Задание 3. Практическая часть

1. Подготовьте информационно-аналитический продукт: мониторинг устной информации.

2. Подготовьте информационно-аналитический продукт: отчет о мероприятии, происшествии.

3. Подготовьте информационно-аналитический продукт: обзор публикаций СМИ (за 1 день).

4. Подготовьте информационно-аналитический продукт: список публикаций СМИ по определенной теме (за 1 месяц).

5. Подготовьте информационно-аналитический продукт: аналитическую записку по теме, по публикациям СМИ (за период).

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Российская Федерация. Конституция (1993). Конституция Российской Федерации: офиц. текст. – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс».
2. О средствах массовой информации: федер. закон № 2124-1 от 27.12.1991. – М., 1991.
3. О свободе совести и религиозных объединениях: федер. закон № 125-ФЗ от 26.09.1997. – М., 1997.
4. Об общественных объединениях: федер. закон № 82-ФЗ от 19.05.1995. – М., 1995.
5. О рекламе: федер. закон № 38-ФЗ от 13.03.2006. – М., 2006.
6. О противодействии экстремистской деятельности: федер. закон № 114-ФЗ (с изменениями на 21 июля 2014 года).
7. Ильин, А.С. Реклама в коммуникационном процессе / А.С. Ильин – М.: КноРус, 2013. – 144 с.
8. Ильин, А.С. Связи организации с общественностью: учеб. пособие / А.С. Ильин. – Красноярск: Изд-во СибГТУ, 2009. – 132 с.
9. Ильин, А.С. Теория и практика связей с общественностью: курс лекций / А.С. Ильин – М.: КноРус, 2014. – 208 с.
10. Ильин, А.С. Эффективное управление коммуникациями организации. – Lambert, 2012. – 275 с.
11. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003. – 445 с.
12. Ильин, А.С. Коммуникативная деятельность красноярских властей (декабрь 1934 – июнь 1941) / А.С. Ильин. – Красноярск: Изд-во КрасГАУ, 2014. – 334 с.

Дополнительная

1. Ильин, А.С. Российское законодательство в области коммуникации / А.С. Ильин. – URL: <http://www.communicology.us>. – 2015. – Т.3. – №1. – С. 155–175.
2. Ильин, А.С. Этические нормы коммуникационной деятельности в России / А.С. Ильин. – URL: <http://www.communicology.us>. – 2015. – Т.3. – №3. – С. 86–106.

3. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика: сб. ст. – М.: ИНФРА. 2002. – 493 с.
4. Алешина, И.В. Паблик рилейшиз для менеджеров: учеб. пособие / И.В. Алешина. – М.: Эксмо, 2003. – 480 с.
5. Антипов, К.В. Паблик рилейшиз: учеб. пособие / К.В. Антипов, Ю.К. Баженов. – М.: Дашков и К, 2002. – 148 с.
6. Беззубцев, С. Слухи, которые работают на вас / С. Беззубцев. – СПб.: Питер, 2003. – 192 с.
7. Беленкова, А.А. PRостой пиар: бизнес-букварь / А.А. Беленкова. – М.: НТ Пресс, 2006. – 256 с.
8. Блек, С. Паблик рилейшиз / С. Блек. – М.: Сирин, 2003. – 202 с.
9. Богданов, Е.Н. Психологические основы «Паблик рилейшиз»/ Е.Н. Богданов, В.Г. Зазыкин. – СПб.: Питер, 2003. – 208 с.
10. Дейян, А. Реклама / А. Дейян. – М.: Прогресс, 1993. – 176 с.
11. Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи / А. Дейян, А. Троадек. – М.: Прогресс, Универс, 1994. – 190 с.
12. Джи, Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – СПб.: Питер, 2000. – 224 с.
13. Джулер, А.Д. Креативные стратегии в рекламе: Искусство создания эффективной рекламы / А.Д. Джулер, Б.А. Дрюниани. – СПб.: Питер, 2002. – 384 с.
14. Емельянов, С.М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс / С.М. Емельянов. – СПб.: Питер, 2005. – 240 с.
15. Ильин, А.С. Источники информации / А.С. Ильин // Электронный университет как центр развития интеллектуального потенциала Красноярского края: мат-лы IV Межрегиональной науч.-практ. конф. – Красноярск, 2004. – С. 77–81.
16. Ильин, А.С. О социальном партнерстве государственных и общественных институтов (на материалах анкетирования членов консультативного совета администрации Красноярского края) / А.С. Ильин // Электронный университет как центр развития интеллектуального потенциала Красноярского края: мат-лы IV Межрегиональной науч.-практ. конф. – Красноярск, 2004. – С. 60–63.
17. Ильин, А.С. Управление информацией организации / А.С. Ильин // Управление персоналом: концепции, технологии, развитие. – Томск: Изд-во ТГУ, 2005. – С. 172–217.

18. Картер, Г. Эффективная реклама: путеводитель для мелких предприятий / Г. Картер. – М.: Прогресс, 1991. – 280 с.
19. Лукашов, А.В. Черный PR как способ овладения властью, или бомба для имиджмейкера / А.В. Лукашов, А.В. Пониделко. – СПб.: Бизнес-Пресса, 2002. – 176 с.
20. Лэйхифф, Дж. Бизнес-коммуникации: стратегии и навыки / Дж. М. Лэйхифф, Дж. Пенроуз. – СПб: Питер, 2001. – 688 с.
21. Малишевский, Н.Н. Технология и организация выборов / Н.Н. Малишевский. – М.: Харвест, 2003. – 256 с.
22. Марков, А.П. Проектирование маркетинговых коммуникаций / А.П. Марков. – СПб.: Изд-во СПбГУП, 2005. – 400 с.
23. Мейтленд, Я. Рабочая книга PR-менеджера / Я. Мейтленд. – СПб.: Питер, 2005. – 176 с.
24. Михайлов, А.Г. Обитатели миража: PR специального назначения / А.Г. Михайлов, Ю.В. Романов. – М.: Олма-пресс, 2002. – 288 с.
25. Перельгина, Е.Б. Психология имиджа: учеб. пособие / Е.Б. Перельгина. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
26. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2000. – 624 с.
27. Райс, Э. Расцвет пиара и упадок рекламы / Э. Райс, Л. Райс. – М.: АСТ, Ермак, 2004. – 313 с.
28. Ривз, Р. Реализм в рекламе / Р. Ривз. – М.: Внешторгреклама, 1983. – 116 с.
29. Связи с общественностью как социальная инженерия: учеб. пособие для вузов / В.А Ачкасова [и др.]. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
30. Тайны рекламного двора: советы старого рекламиста. – М.: Ассоциация работников рекламы, 1998. – 112 с.
31. Тивари, С. (не)Здравый смысл рекламы / С. Тивари. – М., СПб.: Питер, 2004. – 304 с.
32. Ученова, В.В. История рекламы / В.В. Ученова, Н.В. Старых. – СПб.: Питер, 2003. – 304 с.
33. Федотова, Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение / Л.Н. Федотова. – СПб.: Питер, 2003. – 352 с.
34. Феофанов, О.А. Реклама: новые технологии в России / О.А. Феофанов. – СПб.: Питер, 2000. – 384 с.
35. Херберг, Т. Делу – дело: Планирование кампании стратегии маркетинга и реклама промышленных товаров и услуг / Т. Херберг. – М., 1991. – 112 с.

36. Якокка, Л. Карьера менеджера / Л. Якокка. – М.: Попурри, 2002. – 416 с.

Электронные ресурсы

1. 7 статей: электр. журнал. – URL: <http://www.7st.ru>
2. Internet-клуб связей с общественностью (ICPR). – URL: <http://www.e-pr.nm.ru>
3. Пресс-служба: журнал. – URL: <http://www.press-service.ru>
4. Русская школа PR. – URL: <http://www.nuap.ru>
5. Сайт А. Ситникова. – URL: <http://www.sitnikov.com>
6. Советник: ежемесячный профессиональный журнал о связях с общественностью и рынке PR. – URL: <http://www.sovetnik.ru>.
7. Фонд Общественное мнение. – URL: <http://www.fom.ru>

Видеоматериалы

1. Коммуникации в организации. Распространение информации по цепочке: видео-кейс.
2. Формальные и неформальные коммуникации: видео-кейс.
3. Успешное ведение переговоров: видео-кейс.

Пример оформления титульного листа контрольной работы

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Департамент научно-технологической политики и образования
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Красноярский государственный аграрный университет»

Институт международного менеджмента и образования
Кафедра: Управление персоналом

Контрольная работа

по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью»

(XXX КР)

Выполнил: ФИО студента

Направление подготовки

курс, группа

Подпись _____ Дата _____

Проверил: ФИО преподавателя

Оценка:

Красноярск 201__

Примечание: XXX – последние цифры номера зачетной книжки студента.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|----|
| Введение..... | 3 |
| 1. Методические указания по подготовке студентов к выполнению контрольной работы..... | 5 |
| 2. Структура контрольной работы..... | 5 |
| 3. Требования к написанию контрольных работ..... | 6 |
| 4. Методические указания по выполнению контрольной работы.... | 11 |
| Рекомендуемая литература..... | 13 |
| Приложение А (обязательное). Пример оформления титульного листа контрольной работы..... | 17 |

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

*Методические указания
по выполнению контрольных работ*

*Ильин Анатолий Семенович
Фомина Людмила Владимировна*

Электронное издание

Редактор Е.А. Андреева

Подписано в свет 8.06.2016. Регистрационный номер 401
Редакционно-издательский центр Красноярского государственного аграрного университета
660017, Красноярск, ул. Ленина, 117
e-mail: rio@kgau.ru