

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)



УТВЕРЖДАЮ
Управление по качеству
образования и аккредитации

И.В. Дарда И.В. Дарда

«13» ноября 2023 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

«Связи с общественностью и психология коммуникаций»

Объем программы: 72 часа

Москва

1. Общая характеристика программы

1.1. Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации, формирование профессиональных компетенций муниципальных служащих, занимающихся вопросами связей с общественностью и взаимодействия со СМИ в целях обновления знаний теоретического и практического характера, необходимых повышению профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

1.2. Нормативно-правовые акты, регламентирующие разработку программы повышения квалификации:

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденный приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499;

– Устав Автономной некоммерческой организации высшего образования «Российский новый университет»;

– Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. N 512 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью" (с изменениями и дополнениями);

– Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 13 августа 2020 г. N 1016 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление" (с изменениями и дополнениями);

– Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 04 августа 2014 г. № 535н;

– Локально - нормативные акты, регламентирующие образовательную деятельность по дополнительным образовательным программам.

1.3. Категория обучающихся: лица, имеющие или получающие высшее, или среднее профессиональное образование.

Срок освоения программы: 72 часа (5 недель)

Режим обучения – не более 5 дней в неделю, не более 2 часов в день.

Форма обучения – заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

Формы аттестации обучающихся: итоговая аттестация в форме зачета.

Документ о квалификации: лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации, образца, установленного АНО ВО «Российский новый университет».

1.5. Требования к поступающему для обучения по программе слушателю:

К освоению программы повышения квалификации допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование

1.6. Цель освоения программы «Связи с общественностью и психология коммуникаций» являются формирование профессиональных компетенций муниципальных служащих, занимающихся вопросами связей с общественностью и взаимодействия со СМИ в целях обновления знаний теоретического и практического характера, необходимых повышению профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Слушатель, освоивший программу повышения квалификации, в соответствии с целью на которую ориентирована программа, должен быть готов решать следующие **профессиональные задачи**:

1. сформировать теоретические представления о связях с общественностью как философии построения взаимоотношений власти и общества в условиях демократизации политической жизни, развития рыночной экономики на фоне развития глобальных информационных процессов в обществе;
2. выявить особенности связей с общественностью как управленческой технологии, ее место и роль в государственном и муниципальном управлении наряду с другими коммуникативными технологиями;
3. дать представление об основных организационных формах, мероприятиях и технологиях публичных отношений и способствовать овладению их основами;
4. способствовать приобретению и развитию практических умений и навыков в области коммуникативной управленческой деятельности.

2. Планируемые результаты обучения:

Программа повышения квалификации направлена на формирование (совершенствование) следующих профессиональных компетенций:

КОД	Формулировка компетенции
ПК 1	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ПК 2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ПК 3	Способен к управлению информационными ресурсами, цифровые коммуникации
ПК 4	Способен к организации и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК 5	Способен к участию в проведении исследований в сфере рекламы и связей с общественностью

В результате освоения дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации, слушатель должен **знать**:

- основы вербальных и невербальных коммуникаций;
- основы построения системы управления общественными отношениями;
- направления взаимодействия участников общественных коммуникаций;
- механизмы организации, планирования и реализации проектов в ГМУ;
- кодексы профессиональных стандартов.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации, слушатель должен **уметь**:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации слушатель должен **иметь практический опыт (владеть)**:

- навыками аналитического, мышления и организаторскими способностями;
- навыками взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с различными общественными институтами, гражданами;
- коммуникативными навыками;
- навыками планирования, программирования и организации пиар-мероприятий.

3. Формы аттестации

Формами аттестации слушателей по программе повышения квалификации являются: промежуточная и итоговая аттестация.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачетов и предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Оценивание результатов формирования компетенций в рамках дисциплины у слушателей осуществляется по промежуточной аттестации.

Итоговая аттестация слушателей по программе повышения квалификации включает итоговый зачет, который проходит в форме тестового задания.

4. Документ об обучении (образовании)

Лицам, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдаётся удостоверение о повышении квалификации.

При освоении дополнительной профессиональной программы параллельно с получением среднего профессионального образования и (или) высшего образования удостоверение о повышении квалификации выдается одновременно с получением соответствующего документа об образовании и о квалификации.

Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лица освоившим часть дополнительной профессиональной программы и (или) отчисленным из организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому организацией.

5. Учебный план

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
«Связи с общественностью и психология коммуникаций»

№п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей) практик	Всего час.	В том числе			Сам. раб	Форма контроля	Формируемые компетенции
			аудит. занят.	лекции	практич. зан.			
1	Основные акты Конституционного права в сфере общественных отношений	10	4	2	2	6	Зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
2	Законодательные основы, свобода слова и цензура	10	4	2	2	6	Зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
3	Основы психологии коммуникации	10	4	2	2	6	зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5

4	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	10	6	2	4	4	зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
5	Экономический анализ	10	6	2	4	4	зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
6	Планирование и бюджетирование	10	6	2	4	4	зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
7	Связи с общественностью в маркетинге	10	10	4	6	-		ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
8	Итоговая аттестация: итоговое тестирование	2	2		2		зачет	ПК 1, ПК 2 ПК 3, ПК 4 ПК 5
9	Всего	72	42	16	26	30		

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Итоговая аттестация проходит в форме зачета (итоговое тестирование) после освоения всех учебных дисциплин и тем.

Занятия проходят по заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

6. Календарный учебный график

Календарный учебный график – локальный документ, регламентирующий организацию образовательного процесса при реализации программы дополнительного профессионального образования – программы повышения квалификации.

Календарный учебный график разрабатывается и утверждается на каждую учебную группу.

Образовательный период в данной группе начинается по мере ее комплектования.

Первым днем, первой недели обучения, считать день зачисления слушателей на обучение по данной образовательной программе. Количество учебных дней в неделю не может превышать 5 дней. Количество учебных часов в день не может превышать 2 часов. Завершение учебного процесса согласно календарному учебному графику.

Календарный учебный график
Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации
«Связи с общественностью и психология коммуникаций»

Учебные недели/ Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей) практик	1	2	3	4	5
Основные акты Конституционного права в сфере общественных отношений	А - 4				
Законодательные основы, свобода слова и цензура	А - 4				
Основы психологии коммуникации		А - 4			
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ		А - 6			
Экономический анализ			А - 6		
Планирование и бюджетирование			А - 4	А - 2	
Связи с общественностью в маркетинге				А - 8	А - 2
Итоговая аттестация: (ЗАЧЕТ)					ИА - 2

Условные обозначения:

А – Аудиторное занятие
 ИА – Итоговое аттестация
 С - Собеседование

Первый день первой учебной недели – 14 ноября 2023 года.

7. Содержание программ дисциплин (рабочие программы учебных курсов, дисциплин (модулей) практик)

Рабочие программы учебных курсов, дисциплин (модулей) практик представлены по каждому учебному курсу, дисциплине (модулю) практике в форме учебно – тематического плана, в котором обозначено содержание данной учебной дисциплины.

Учебно - тематический план: Основные акты Конституционного права в сфере общественных отношений.

Тема(ы) лекционного занятия: Правовое регулирование связей с общественностью.

Тема(ы) практического занятия: Российское законодательство и управление общественными отношениями.

Самостоятельная работа: Зарубежный опыт правового регулирования PR. Российские законы о СМИ, о рекламе, авторских правах, правах потребителя. Российский Кодекс этических принципов связей с общественностью.

Учебно - тематический план: Законодательные основы, свобода слова и цензура.

Тема(ы) лекционного занятия: Конституционные основы свободы массовой информации: свобода мысли, право на информацию и запрет цензуры.

Тема(ы) практического занятия: Система законодательства о СМИ в Российской Федерации: акты Федерации и акты субъектов Федерации. Основные аспекты свободы слова и цензуры.

Самостоятельная работа: Система и компетенция государственных органов, регулирующих осуществление свободы массовой информации. Цензура информации в государственных органах.

Учебно - тематический план: Основы психологии коммуникации.

Тема(ы) лекционного занятия: Введение в психологию общения. Общение как восприятие людьми друг друга. Общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения). Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения).

Тема(ы) практического занятия: Формы делового общения и их характеристика. Конфликт: его сущность и основные характеристики.

Самостоятельная работа: Эмоциональное реагирование в конфликтах и саморегуляция. Формы решения конфликтов на государственной службе. Общие сведения об этической культуре.

Учебно - тематический план: Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.

Тема(ы) лекционного занятия: Основные понятия и виды маркетинговых исследований. Основные понятия, типы маркетинговой информации и источники ее получения.

Тема(ы) практического занятия: Организация и планирование маркетинговых исследований на государственной службе. Сбор маркетинговой информации качественными и количественными методами. Ситуационный анализ.

Самостоятельная работа: Методы анализа маркетинговой информации. Исследование и анализ рынка.

Учебно - тематический план: Экономический анализ.

Тема(ы) лекционного занятия: Теоретические основы государственного регулирования экономики. Регулирование структуры и ресурсного потенциала экономики.

Тема(ы) практического занятия: Регулирование государственного сектора экономики. Регулирование реального сектора экономики и социальной сферы. Регулирование внешнего сектора экономики и валютная политика.

Самостоятельная работа: Сущность, цели, задачи, методы и инструменты государственной социально-экономической политики. Государственные программы социально-экономического развития.

Учебно - тематический план: Планирование и бюджетирование.

Тема(ы) лекционного занятия: Система государственного бюджетирования и планирования. Составные части бюджетирования и планирования. Технология бюджетирования. Муниципальное бюджетирование и планирование. Региональное бюджетирование и планирование. Федеральное бюджетирование и планирование.

Тема(ы) практического занятия: Государственные и муниципальные заимствования и управление государственным долгом. Государственные и муниципальные фонды. Государственная и муниципальная финансовая отчетность.

Самостоятельная работа: Международные стандарты финансовой отчетности. Направления развития и реформирования бюджетирования.

Учебно - тематический план: Связи с общественностью в маркетинге.

Тема(ы) лекционного занятия: Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах государственной власти. Функции, структура и основные направления деятельности служб по связям с общественностью. Связи с общественностью в органах государственной власти. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти. Организационные основы деятельности государственных служб по связям с общественностью. Задачи информационно-аналитического отдела. Задачи отдела по информационным коммуникациям. Задачи отдела по работе с общественными объединениями. Задачи организационно-правового отдела. Работа с политическими партиями, общественными объединениями и органами власти. Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти. Отличия управления общественными отношениями в органах государственной власти. по целям, критериям эффективности, ресурсам от управления общественными отношениями в коммерческом секторе. Целевые аудитории органов государственной власти. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти. Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти. федерального и регионального уровней и органах местного самоуправления. Положение о PR-службах властных структур. Ресурсы и статус PR-служб.

Тема(ы) практического занятия: Медиарилейшинг: общие принципы взаимодействия служб по связям с общественностью со СМИ. Организационные формы взаимодействия органов государственной власти. с СМИ. Структура и принципы организации пресс-

службы федеральных, региональных и местных органов государственной власти. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа органов государственной власти. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст. Информационная политика органов государственной власти. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.

8. Организационно – педагогические условия программы

8.1. Материально – технические условия реализации программы.

Реализация программы повышения квалификации осуществляется на материально-технической базе АНО ВО «Российский новый университет», обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий, предусмотренных учебным планом.

Учебный процесс обеспечен учебной аудиторией, соответствующей санитарно-гигиеническим требованиям для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы, хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Помещение укомплектовано мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Аудитория соответствует нормам освещенности, оснащена системой кондиционирования воздуха.

В учебном помещении имеется необходимая для процесса обучения компьютерная техника, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие содержанию программы, освоению дисциплин (модулей).

Помещение подключено к сети "Интернет", также в нем обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду организации. Рабочее место преподавателя оснащено web-камерой с микрофоном и гарнитурой, необходимой для работы в MS Skype.

8.2. Учебно – методическое и информационное обеспечение программы

Слушателям предоставляется бесплатный доступ к ресурсам электронной информационно-образовательной среды на сайте Института. Каждый слушатель во время самостоятельной подготовки обеспечивается рабочим местом в компьютерном классе или через выход в Интернет получает доступ к использованию электронных изданий, в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.

Каждый слушатель на время занятий обеспечивается комплектом учебно-методических материалов, содержащим электронные и печатные информационные разработки, учебные видеофильмы.

8.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса.

Реализация программы обеспечивается квалифицированными научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины и систематически занимающимися научной и научно-методической деятельностью.

К реализации программы такие преподаватели как: Кравцов Олег Игоревич, Жилина Надежда Николаевна, Патлусов Дмитрий Геннадьевич и Гатина Эльвира Арслановна.

9. Контроль и оценка результатов освоения программы

9.1. Формы аттестации

Завершается освоение программы повышения квалификации итоговой аттестацией обучающихся в форме итогового зачета в виде тестирования.

9.2. Оценочные средства

Критерии оценивания итоговой аттестации:

Оценка «зачтено» ставится, если:

- ответы на вопросы носят проблемный характер, при раскрытии особенностей развития тех или иных профессиональных идей, а также описании профессиональной деятельности используются материалы современных пособий и первоисточников;
- в ответе используется терминология, соответствующая конкретному периоду развития теории и практики профессиональной деятельности, где определение того или иного понятия формулируется без знания контекста его развития в системе профессионального понятийного аппарата;
- ответы на вопрос имеют логически выстроенный характер;
- имеется личная точка зрения слушателя, основанная на фактическом и проблемном материале, приобретенном на лекционных, семинарских, практических занятиях и в результате самостоятельной работы.

Оценка «не зачтено» ставится, если:

- в ответе обнаруживается отсутствие владения материалом в объеме изучаемой дисциплины;
- в ответе на вопросы не дается трактовка основных понятий, при их употреблении;

- ответы на вопросы не имеют логически выстроенного характера, не используются такие мыслительные операции как сравнение, анализ и обобщение.

Примеры контрольных вопросов к итоговому тестированию:

Примеры вопросов к тестированию:

1. Формирование общенациональной политики, продвижение национальных программ:

- 1) PR-партии
- 2) GR «Government Relations»
- 3) само –PR
- 4) государственный PR**

2. Органы местного самоуправления (муниципальные) в систему органов государственной власти:

- 1) не входят**
- 2) входят
- 3) частично входят
- 4) частично не входят

3. В основе событийного PR лежит:

- 1) новость
- 2) забытое событие
- 3) черный PR
- 4) сенсация**

4. Основным назначением службы по связям с общественностью в органах власти является достижение:

- 1) высокой общественной репутации**
- 2) низкого уровня общественного сознания
- 3) высокого общественного порицания
- 4) высокого уровня общественного сознания

5. Гражданское общество по отношению к государственным структурам существует:

- 1) вне рамок государственных структур**
- 2) полностью подчинено
- 3) в рамках государственных структур
- 4) в реверсивных отношениях

6. Основные функции Правительственной комиссии в сфере построения системы «Открытое правительство» являются:

- 1) организация выборов, работа с кандидатами
- 2) организация подлинных мероприятий, учет предложений
- 3) организация общественной экспертизы нормативных правовых актов органов власти, рассмотрение предложений**

- 4) организация специальных мероприятий, учет предложений

7. Для рассмотрения инициативы органом государственной власти на муниципальном уровне, необходимо чтоб она набрала количество голосов от численности населения, зарегистрированного на территории:

- 1) не менее 10 процентов
- 2) не менее 1 тысячи
- 3) не менее 100 тысяч
- 4) не менее 5 процентов**

8. Имидж носит характер:

- 1) подписной
- 2) общий
- 3) стереотипный**
- 4) частный

9. Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:

- 1) связи с органами власти
- 2) разведывательная деятельность
- 3) связи с общественностью**
- 4) политические связи

10. Для участия граждан в принятии государственных решений создан федеральный интернет-портал:

- 1) Российская общественная инициатива**
- 2) Пенсионных накоплений
- 3) бесплатных игр
- 4) Государственных услуг

11. Осуществление связей с общественностью в органах власти полностью зависит от:

- 1) особенностей государственной структуры**
- 2) внутренней политики

3) внешней политики

12. Специализированная многофункциональная деятельность органов власти по организации и обеспечению отношений, направленных на содействие государству, создание благоприятного имиджа, налаживание обратной связи посредством элементов убеждения и влияния:

- 1) политические связи
- 2) разведывательная деятельность
- 3) связи с общественностью**
- 4) связи с органами власти

13. Постояннодействующим координирующим органом Открытого правительства является:

- 1) Генеральный прокурор
- 2) Объединенный разведывательный комитет
- 3) Правительственная комиссия**
- 4) Экспертный центр

14. Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия — это:

- 1) служба связей с общественностью**
- 2) служба доставки
- 3) сервисная служба
- 4) служба занятости

15. Проведением экспертизы социально-значимых решений органов власти в системе «Открытое правительство» занимается:

- 1) органы местного самоуправления
- 2) Экспертный совет**
- 3) органы государственной власти РФ
- 4) Министр Российской Федерации

16. PR-это использование информации для влияния на:

- 1) общественное мнение**
- 2) государственные органы власти
- 3) средства массовой информации
- 4) покупателей

17. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?

- 1) с начала XVIII века

- 2) с начала XIX века
- 3) с начала XX века
- 4) с начала XXI века

18. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

- 1) **информация**
- 2) законодательные акты
- 3) коммерческие организации
- 4) подручные средства.

19. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?

- 1) Деном Форрестолом
- 2) **Томасом Джефферсоном**
- 3) Джоржем Бушем младшим
- 4) Семом Блейком

20. Что является главной целью PR?

- 1) **изменение общественного мнения**
- 2) повышение уровня продаж
- 3) доведение информации до потребителей
- 4) повышение рейтинга компании

21. Что является объектом PR?

- 1) **средства массовой информации**
- 2) общество
- 3) информация
- 4) коммерческие организации

22. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?

- 1) религиозные организации
- 2) **общество**
- 3) органы государственной власти
- 4) бизнес организации

23. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:

- 1) формирование имиджа
- 2) изучение общественного мнения
- 3) анализ экономической деятельности предприятия
- 4) **исследование отношений в организации**

24. Какая модель информационной политики не существует:

- 1) тоталитарная

- 2) **релятивистская**
- 3) дисциплинарная
- 4) диалоговая

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

- 1) формирование общенациональных ценностей
- 2) модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры
- 3) удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения
- 4) **создание новых рабочих мест**

26. Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции?

- 1) определение проблемы
- 2) планирование программы
- 3) **оценка программы**
- 4) интерпретация общественного мнения
- 5) осуществление коммуникаций

27. PR – это (выберите единственное верное определение)

- 1) оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга.
- 2) формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность
- 3) **особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью**
- 4. деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации

28. Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются:

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

29. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации:

- 1) телевидение
- 2) **филиалы организации на местах**

3) телеграфное агентство

4) радио

30. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:

1) новостной релиз

2) пресс-релиз

3) **стрингер**

4) медиа-кит