

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института журналистики

_____ С.В. Дубовик

_____ (дата утверждения)

Регистрационный № УД-_____/баз.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Учебная программа
для направления специальности
1-23 01 07-01 Информация и коммуникация
(технологии коммуникации)**

2012 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Сидоренко Ольга Валерьевна – доцент кафедры информационных технологий учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук.

Рецензенты:

Пархименко Владимир Анатольевич – заведующий кафедрой экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат экономических наук, доцент;

Синявская Ольга Александровна – заместитель заведующего кафедрой экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета

(протокол № _ от __.__. 2012);

Учебно-методической комиссией Института журналистики Белорусского государственного университета

(протокол № __ от _____)

Ответственный за редакцию: Сидоренко О. В.

Ответственный за выпуск: Сидоренко О. В.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта и типового учебного плана по направлению специальности 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)».

Целью учебной дисциплины «Эффективность PR-деятельности» является комплексное освоение студентами основных теоретических представлений об эффективности PR-деятельности в различных типах организаций, ее информационном и правовом обеспечении, методах и методиках оценки эффективности PR-деятельности, а также приобретение практических навыков и умений по их применению в прогнозировании, планировании и оценке экономических результатов и экономической эффективности PR-мероприятий.

Задачи дисциплины:

- составить у студентов целостное, системное представление о теоретико-методологических основах и современных тенденциях планирования и прогнозирования PR-деятельности, проведения оценки ее результативности и эффективности;

- сформировать у студентов базовые навыки по проведению оценки эффективности публичных релейшнз с применением существующих методов и методик оценки эффективности PR;

- сформировать у студентов практические навыки моделирования и проектирования PR-деятельности;

- развить аналитические способности студентов к многостороннему исследованию экономической сущности публичных релейшнз.

Место дисциплины в системе подготовки специалиста по информации и коммуникации, связи с другими учебными дисциплинами. Актуальность изучения дисциплины «Эффективность PR-деятельности» обусловлена возрастающим потенциалом публичных релейшнз в управлении внутриорганизационными и внешними коммуникациями, формировании нематериальных активов организации, в частности, ее деловой репутации, создании экономического и социального эффектов деятельности организации. Под влиянием современных рыночных условий формируются новые требования к компетенции специалиста по информации и коммуникации – наличие умений прогнозировать и планировать PR-деятельность, производить оценку ее эффективности. Дисциплина «Эффективность PR-деятельности» направлена не только на приобретение студентами основных теоретических знаний, но и на получение, развитие практических навыков в сфере проведения оценки эффективности PR-деятельности.

Изучая данную дисциплину, студенты опираются на знания, приобретенные в процессе изучения дисциплин «Введение в специальность», «Основы информационно-коммуникационной деятельности», «Теория и методика коммуникационной деятельности», дисциплин специализации «PR для организации», «PR внутри организации».

По завершению изучения дисциплины студенты должны *знать*:

- терминологический аппарат публичных релейшнз, описывающий его экономическую сущность;

- основные и сопутствующие результаты PR-деятельности;

- принципы проведения оценки эффективности PR;
- системы оценки эффективности публичных релейшнз и существующие методы и методики оценки эффективности PR;
- методологию моделирования и проектирования PR-деятельности;
- современные информационные технологии, обеспечивающие эффективность деятельности PR-специалиста;
- правовое обеспечение PR-деятельности.

Студенты должны *уметь*:

- обосновать социальную и экономическую целесообразность организации PR-деятельности;
- производить прогнозирование и планирование PR-деятельности, моделирование и проектирование PR-процессов;
- производить оценку эффективности PR-деятельности, осуществлять выбор критериев и показателей эффективности PR в терминах PR и аргументировать обоснованность такого выбора;
- применять современные информационные технологии в целях оптимизации деятельности PR-специалиста, обеспечения ее эффективности.

Используемые формы и методы обучения. Для организации качественного образовательного процесса по дисциплине необходимо уделить особое внимание таким интерактивным технологиям обучения, как тематическая дискуссия, работа в малых группах, выступление с презентацией, индивидуальное проектирование и др.

Требования к организации самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов является основным способом восприятия, систематизации и осмысления в полном объеме учебного материала по дисциплине вне аудиторных учебных занятий. Целью самостоятельной работы студентов является совершенствование практических навыков применения полученных знаний, а также навыков планирования и контроля собственной деятельности. С учетом содержания, цели и задач дисциплины целесообразно осуществлять такие виды самостоятельной работы по дисциплине, как исследование PR-деятельности белорусских организаций, разработка PR-концепций с учетом экономической составляющей деятельности организаций, моделирование PR-процессов и оценка их эффективности и др.

Основными формами контроля самостоятельной работы студентов являются реферирование оригинальных источников по заданной тематике и последующее выступление на практических занятиях, сопровождаемое презентационными материалами.

Методическая организация дисциплины. На изучение дисциплины «Эффективность PR-деятельности» в соответствии с учебным планом по направлению специальности 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)» отводится 52 часа, из них 36 – аудиторных. Примерное распределение аудиторного времени по видам занятий: 16 часов – лекции, 10 – семинары, 10 часов – контролируемая самостоятельная работа. Рекомендуемая форма отчетности – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Примерный тематический план

№ п/п	Наименование разделов, тем	Количество часов			
		Аудиторные			Всего
		Лекции	Практич., семинар.	КСР	
1.	Экономическая сущность публич рилейшнз	2	2	2	6
2.	Результаты и эффекты PR-деятельности, механизмы их формирования	2	2	2	6
3.	Правовое и информационное обеспечение PR-деятельности	2	2	2	6
4.	Методологические основы моделирования и проведения оценки эффективности PR-деятельности	4	2	2	8
5.	Подходы к оценке эффективности публич рилейшнз	6	2	2	10
	Всего:	16	10	10	36

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Экономическая сущность паблик рилейшнз

Паблик рилейшнз в экономике организации. Социальное и экономическое начала паблик рилейшнз. Место и роль паблик рилейшнз в структуре современной организации. Паблик рилейшнз как элемент эффективного менеджмента. Соотношение понятий «паблик рилейшнз», «электронный паблик рилейшнз», «сетевой паблик рилейшнз».

Результативность паблик рилейшнз. Понятие результативности паблик рилейшнз. Основные и сопутствующие результаты PR-деятельности.

Эффективность паблик рилейшнз. Социальная, экономическая, технологическая эффективность паблик рилейшнз, PR-эффект. Классические критерии и показатели экономической эффективности деятельности организации. Применимость данных понятий к сфере паблик рилейшнз.

Тема 2. Результаты и эффекты PR-деятельности, механизмы их формирования

Виртуальный информационный образ как основной результат PR-деятельности. Понятие виртуального информационного образа. Компоненты виртуального информационного образа. Преднамеренное искажение виртуального информационного образа. Информационные атаки. Механизмы формирования виртуального информационного образа. Процессы стихийного и контролируемого формирования виртуального информационного образа. Эффекты виртуального информационного образа. Социальный, экономический, технологический PR-эффекты.

Имидж, деловая репутация, рейтинг. Многогранность понятия «имидж». Соотношение понятий «имидж» и «информационный образ» объекта/субъекта. Понятие деловой репутации объекта/субъекта. Составляющие деловой репутации и механизмы ее формирования. Репутационный риск, репутационный менеджмент и паблик рилейшнз. Понятия «рейтинг» и «рэнкинг», их сущность и отличительные особенности. Классификация рейтингов по различным признакам. Международные рейтинговые агентства. Практика применения международных и суверенных рейтингов. Бизнес-рейтинги.

Тема 3. Правовое и информационное обеспечение PR-деятельности

Деловая репутация физического и юридического лица. Отличительные особенности деловой репутации физического и юридического лица. Белорусская и зарубежная практики применения категории «деловая репутация».

Правовое обеспечение PR-деятельности. Нормативные и правовые акты, регламентирующие PR-деятельность. Нормативные и правовые акты в сфере защиты деловой репутации физического/юридического лица. Применение электронных правовых систем в PR-деятельности.

Информационное поле PR-деятельности. Информация и ее свойства, каналы передачи информации. Информационные ресурсы для обеспечения

эффективности PR-деятельности и доступ к ним. Специализированные PR-ресурсы. Источники статистической информации.

Методы и методики сбора и обработки информации. Качественные и количественные методы сбора информации. Методы анализа информации и методы статистических исследований. Методы экономического анализа, экономико-математические методы.

Информационные технологии в обеспечении эффективности PR-деятельности. Электронные и сетевые издания. Сетевые технологии. Технологии систем управления базами данных. Специализированные электронные базы данных. Web-технологии. Технологии Web 2.0 и Social Media.

Тема 4. Методологические основы моделирования и проведения оценки эффективности PR-деятельности

Возможность и необходимость проведения оценки эффективности паблик рилейшнз. Основные проблемы в сфере проведения оценки эффективности паблик рилейшнз и факторы, затрудняющие ее проведение. Базовые принципы проведения оценки эффективности PR-деятельности. Системы «план – факт», «от достигнутого» и «цель – конечный результат».

Моделирование PR-деятельности. Современные системы менеджмента, белорусская практика их внедрения в организациях. Моделирование паблик рилейшнз с целью выделения PR-эффекта из общего эффекта деятельности организации. Экономико-математическое моделирование PR-деятельности. Имитационное моделирование PR-деятельности. Построение моделей PR-деятельности для принятия управленческих решений в условиях неопределенности и риска.

Методология процессно-ориентированного подхода к моделированию деятельности организации, в частности, PR-деятельности. Понятия «бизнес-процесс», «бизнес-функция». Составляющие бизнес-процесса. Правила декомпозиции бизнес-процесса. Международные и национальные стандарты, актуализирующие применение процессно-ориентированного подхода к моделированию деятельности организации. Применение процессно-ориентированного подхода к моделированию паблик рилейшнз. Понятие «PR-бизнес-процесс» и его составляющие.

Функционально-стоимостной анализ деятельности организации, в частности, PR-деятельности. Понятия функционально-стоимостного анализа и метода функционально-стоимостного анализа бизнес-процессов. Понятия «центр затрат», «центр ответственности», «стоимость бизнес-функции» и «стоимость бизнес-процесса». Правила проведения оценки стоимости бизнес-процесса методом функционально-стоимостного анализа.

Тема 5. Подходы к оценке эффективности паблик рилейшнз

Подходы к оценке социальной эффективности паблик рилейшнз. Обзор существующих методов и методик проведения оценки социальной эффективности паблик рилейшнз. Их соответствие основным принципам проведения оценки эффективности паблик рилейшнз.

Подходы к оценке экономической эффективности паблик рилейшнз. Обзор существующих методов и методик проведения оценки экономической эффективности паблик рилейшнз. Их соответствие основным принципам проведения оценки эффективности паблик рилейшнз.

Подходы к оценке технологической эффективности паблик рилейшнз. Обзор существующих методов и методик проведения оценки технологической эффективности паблик рилейшнз. Их соответствие основным принципам проведения оценки эффективности паблик рилейшнз.

Методика проведения оценки экономической эффективности PR-деятельности. Этапы методики оценки экономической эффективности PR-деятельности. Прогнозные, плановые и фактические показатели эффективности PR-деятельности. Экономическая эффективность PR-деятельности с точки зрения результативности и экономичности PR-процессов. Алгоритм принятия решения об экономической эффективности PR-деятельности.

Применение процессно-ориентированного подхода в оценке экономической эффективности PR-деятельности. Комплексное применение методики оценки экономической эффективности PR-деятельности, процессно-ориентированного моделирования и метода функционально-стоимостного анализа в оценке экономической эффективности PR-деятельности.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Критерии оценок результатов учебной деятельности

Оценка результатов учебной деятельности студентов осуществляется по 10-балльной системе. Текущий контроль знаний предполагает использование рейтинговой оценки знаний в течение семестра.

Для проведения текущей и промежуточной (рейтинговой) аттестации студентов устанавливаются следующие виды контроля: опрос, контролируемые самостоятельные задания, а также выполнение индивидуальных проектов.

Контролируемые самостоятельные задания проводятся с целью проверки и оценки усвоения студентами учебного материала в процессе изучения темы и носят стимулирующий и корректирующий характер.

Основные виды контроля осуществляются в устной, письменной, практической формах и в их сочетании.

Перечень средств диагностики результатов учебной деятельности

Для диагностики результатов учебной деятельности целесообразно организовать активную работу студентов на лекционных и семинарских занятиях, самостоятельное выполнение студентами индивидуальных проектов.

Контроль текущей успеваемости может проходить в виде письменных и устных опросов, тематических дискуссий в группах, выступлений с презентационными материалами, подготовки рефератов по теме занятия и др.

Основная литература:

1. *Бинецкий, А. Э.* Паблик рилейшнз: защита интересов и репутации бизнеса : учеб.-метод. пособие / А. Э. Бинецкий. – М. : ИКФ «ЭКМОС», 2003. – 240 с.
2. *Блэк, С.* Паблик рилейшнз. Что это такое? / С. Блэк ; пер. с англ. – М. : Новости, 1990. – 239 с.
3. *Бодуан, Ж.-П.* Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство / Ж.-П. Бодуан ; пер. с фр. – М. : Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт» : ИНФРА-М, 2001. – 233 с.
4. *Бримсон, Д.* Процессно-ориентированное бюджетирование: внедрение нового инструмента управления стоимостью компании / Дж. Бримсон, Дж. Антос при участии Дж. Коллинза ; пер. с англ. В. Д. Горюновой; под общ. ред. В. В. Неудачина. – М. : Вершина ; Санкт-Петербург, 2007. – 332 с.
5. *Буари Ф.* Паблик рилейшнз, или стратегия доверия / Ф. Буари. – М. : Консалтинговые группы «ИМИДЖ-Контакт» , ИНФРА-М , 2001. – С. 33-51.
6. *Дойл, Д.* Управление затратами : Стратегическое руководство / Д. Дойл ; пер. с англ. И. В. Козырь, Н. С. Сологуб. – М. : Волтерс Клувер, 2006. – 264 с.
7. *Зорина, Т. Г.* Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Т. Г. Зо-

рина, М. А. Слонимская. – Минск : БГЭУ, 2010. – 411 с.

8. *Сидоренко, О. В.* Базовые принципы и существующие подходы к оценке эффективности публичных релейшнз / О. В. Сидоренко // Новая экономика. – 2009. – № 11-12. – С. 125-139.

9. *Сидорская, И. В.* Эффективная коммуникация со СМИ: принципы и технологии : пособие для студентов высш. учеб. заведений / И. В. Сидорская. – Минск : Изд-во Гревцова, 2010. – 144 с.

10. *Тульчинский, Г.* PR-фирмы: технология и эффективность / Г. Тульчинский // PR News: Статьи, аналитические материалы по PR и рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusbalt.com/publicat/n11/11_6.htm. – Дата доступа: 20.09.2009.

11. *Филипс, Д.* PR в Интернете / Дэвид Филипс ; пер. с англ. И. Гаврилова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 320 с.

12. *Хейг, М.* Электронный Public Relations / М. Хейг ; пер. с англ. В. Кашникова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 192 с.

Дополнительная литература:

1. *Акулич, И. Л.* Маркетинг : учебник для студ. экон. специальностей учреждений, обеспечивающих получение высшего образования / И. Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск : Вышэйшая школа, 2009. – 511 с.

2. *Аияппа, П.* Ценообразование в сфере информационно-коммуникационных технологий / П. Аияппа, Р. Лайнетт // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2008. № 1(73). – С. 74–88.

3. *Букша, К. С.* Управление деловой репутацией. Российская и зарубежная PR-практика / К. С. Букша. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 144 с.

4. Бухгалтерский финансовый учет. Практикум : учеб. пособие для вузов / под ред. проф. Ю. А. Бабаева. – М. : Вузовский учебник, 2006. – 509 с.

5. *Воронов, А.* Имитационное моделирование маркетинговых коммуникаций / А. Воронов, Э. Хандамова // Практический маркетинг. – 2009. – № 7 (149). – С. 3–13.

6. *Гуртовой, А. А.* Прогнозирование рынка : практикум / А. А. Гуртовой. – Минск : БГЭУ, 2009. – 107 с.

7. *Грант, Р. М.* Современный стратегический анализ. 5-е изд. / Р. М. Грант ; пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова. – СПб. : Питер, 2011. – 560 с.

8. *Жудро, М. К.* Экономика предприятия : курс лекций в 2 ч. / М. К. Жудро, М. М. Жудро. – Горки : Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, 2006. – Ч. 1. – 288 с.

9. *Иванова, К. А.* Копирайтинг : секреты составления рекламных и PR-текстов. 3-е изд., обновл. и испр. / К. А. Иванова. – СПб. : Питер, 2010. – 176 с.

10. *Ильин, В. В.* Моделирование бизнес-процессов. Практический опыт разработчика / В. В. Ильин. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2006. – 176 с.

11. *Кастельс, М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

12. *Когтенко, В. Г.* Практикум по экономическому анализу : учеб. посо-

бие / В. Г. Когтенко. – М. : Перспектива, 2004. – 240 с.

13. Микроэкономика : учеб. пособие / А. В. Бондарь, В. А. Воробьев, Н. Н. Сухарева ; под ред. А. В. Бондаря, В. А. Воробьева. – Минск : БГЭУ, 2007. – 415 с.

14. О средствах массовой информации: Закон Респ. Беларусь, 17 июля 2008 г., № 427–3 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 4000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2009.

15. Об авторском праве и смежных правах: Закон Респ. Беларусь, 16 мая 1996г., № 370-ХІІІ: в ред. Закона Респ. Беларусь от 04.01.2003г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2003. – № 8. – 2/932.

16. Об информации, информатизации и защите информации: Закон Респ. Беларусь, 10 нояб. 2008 г., № 455-3 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://pravo.by/webnra/text.asp?RN=h10800455>. – Дата доступа: 18.02.2009.

17. Об утверждении Национального стандарта финансовой отчетности 3–F «Объединение юридических лиц» (НСФО 3–F) : постановление Сов. директоров Нац. банка Респ. Беларусь, 21 март. 2008 г., № 76 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 4000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2009.

18. Об утверждении Национального стандарта финансовой отчетности 5–F «Долгосрочные активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность» (НСФО 5–F) : постановление Сов. директоров Нац. банка Респ. Беларусь, 21 март. 2008 г., № 77 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 4000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2009.

19. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) : Приказ Мин. фин. РФ, 27 дек. 2007 г., № 153н : зарег. в Минюсте РФ 23 янв. 2008 г. № 10975 // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 4000.00.03 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2009.

20. Практикум по финансово-инвестиционному анализу : Ситуации. Методики. Решения : учеб. пособие / Д. А. Ендовицкий, Л. С. Коробейникова, С. Н. Коменденко [и др.] ; под ред. д-ра экон. наук, проф. Д. А. Ендовицкого, М. : КНОРУС, 2006. – 432 с.

21. Прогнозирование и планирование экономики : учебник / Г. А. Кандаурова [и др.] ; под общ. ред. Г. А. Кандауровой, В. И. Борисевича. – Минск : Современная школа, 2005. – 476 с.

22. Репин, В. В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елиферов. – 3-е изд., испр. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2005. – 408 с.

23. Савицкая, Т. В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты / Т. В. Савицкая. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 272 с.

24. Сидоренко, О. В. Восприятие электронного информационного сообщения по реалистичному сценарию: оценка эффективности / А. Н. Морозевич, Б. В. Новыш, О. В. Сидоренко // Менеджмент и маркетинг: опыт и про-

блемы : сб. науч. трудов / Белорус. гос. экон. ун-т; редкол.: В. Ф. Медведев [и др.], под общ ред. И. Л. Акулича. – Минск, 2010. – С. 285-291.

25. *Сидоренко, О. В.* Информационно-коммуникационный менеджмент социально-экономических систем / О. В. Сидоренко // Инновационные технологии в бизнес-образовании : сб. науч. ст. // Белорус. торг.-экон. ун-т потреб. кооп.; редкол.: С. Н. Лебедева [и др.]. – Гомель, 2008. – С. 88-92.

26. *Сидоренко, О. В.* Искажение образа организации. Информационные атаки. Репутационный риск / О.В. Сидоренко // Коммуникативные технологии в системе современных экономических отношений : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28–29 янв. 2010 г. / Белорус. гос. экон. ун-т; редкол.: Е. А. Вильчицкая [и др.]. – Минск, 2010. – С. 257-258.

27. *Сидоренко, О. В.* Качество образовательной услуги как один из факторов формирования информационного образа высшего учебного заведения / О. В. Мартысевич, О. В. Сидоренко // Информатизация образования – 2008 (Интеграция информационных и педагогических технологий) : материалы Междунар. науч. конф., Минск, 22–25 окт. 2008 г. / Белорус. гос. ун-т, Пед. ун-т им. М. Танка, науч.-технолог. асс.; редкол.: И. А. Новик [и др.]. – Минск, 2008. – С. 343–347.

28. *Сидоренко, О. В.* Механизм формирования и восприятия информационного образа организации / А. Н. Морозевич, О. В. Сидоренко // Государственное регулирование экономики и повышение эффективности деятельности субъектов хозяйствования : сб. науч. ст. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь; редкол.: С.А. Пелих [и др.]. – Минск, 2009. – С. 332–334.

29. *Сидоренко, О. В.* Оценка эффективности восприятия информационного сообщения, транслируемого посредством сервисов компьютерной сети / А. Н. Морозевич, Б. В. Новыш, О. В. Сидоренко // Науч. тр. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. – Минск, 2009. – Вып. 11 : Часть I Государственное управление. Идеология. Экономика. Право. Языкознание – С. 85–106.

30. *Сидоренко, О. В.* Паблик рилейшнз: терминологический аспект / А. Н. Морозевич, О. В. Сидоренко // Науч. тр. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. – Минск, 2008. – Вып. 10 : Часть I Экономика. – С. 6–15.

31. *Сидоренко, О. В.* Потенциал сетевых сервисов в бизнес-коммуникации / О. В. Сидоренко // Бизнес-коммуникация и языки для специальных целей: опыт, стратегии, проблемы : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 14–15 мая 2009 г. / Белорус. гос. экон. ун-т; редкол.: В. С. Слепович [и др.]. – Минск, 2009. – С. 225–226.

32. *Сидоренко, О. В.* Процессно-ориентированный подход к моделированию паблик рилейшнз / О. В. Сидоренко // Технологии информатизации и управления : сб. науч. ст. / Ин-т техн. информ. и упр. Белорус. гос. ун-та; редкол.: П. А. Мандрик (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2009. – С. 294–300.

33. *Сидоренко, О. В.* Процессно-ориентированный подход к оценке эффективности PR-деятельности / О. В. Сидоренко // Теоретико-методологические и прикладные аспекты государственного управления : материалы XIV респ. науч.-практ. конф. молодых ученых, аспирантов и студентов, Минск, 26–27 марта 2010 г. : в 2 ч. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь ; под общ. ред. В. А. Богуша. – Минск, 2010. – Ч. 1. – С. 222–227.

34. *Сидоренко, О. В.* Рейтинг как элемент повышения конкурентоспо-

собности и инвестиционной привлекательности организации / О. В. Сидоренко // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития : материалы X Междунар. науч. конф., Минск, 15–16 окт. 2009 г. / НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь ; редкол.: С. С. Полонник [и др.]. – Минск, 2009. – Т. 3. – С. 287–289.

35. *Сидоренко, О. В.* Сервисно-ориентированная коммуникация / О. В. Сидоренко // Высшая школа: проблемы и перспективы : материалы IX Междунар. науч.-метод. конф., Минск, 11–12 нояб. 2009 г. / Респ. ин-т высш. шк.; редкол.: М.И. Демчук [и др.]. – Минск, 2009. – С. 327–330.

36. *Сидоренко, О. В.* Стохастическая имитационная модель оценки эффективности восприятия электронного информационного сообщения / А. Н. Морозевич, Б. В. Новыш, О. В. Сидоренко // Механизмы устойчивого развития инновационных социально-экономических систем : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Бобруйск, 1 апр. 2010 г. / Белорус. гос. экон. ун-т; редкол.: В. Н. Гавриленко [и др.]. – Минск, 2010. – 310 с. – С. 191–193.

37. *Сидоренко, О. В.* Управление информационным образом банка / О. А. Морозевич, О. В. Сидоренко // Актуальные проблемы развития финансово-кредитного механизма в инновационной экономике : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 29–30 нояб. 2007 г. / Белорус. гос. экон. ун-т; редкол.: Г.А. Короленок [и др.]. – Минск, 2007. – С. 196–197.

38. *Сидоренко, О. В.* Электронный паблик рилейшнз как инновационный механизм в системе современного менеджмента / О. В. Сидоренко // Государственное регулирование экономики и повышение эффективности деятельности субъектов хозяйствования : сб. науч. ст. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь; редкол.: С. А. Пелих [и др.]. – Минск, 2007. – С. 272–273.

39. *Сидоренко, О. В.* Электронный PR (e-PR): психологический аспект восприятия электронного информационного сообщения / О. В. Сидоренко // Коммуникативные технологии в системе современных экономических отношений : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 февр. 2006 г. / Белорус. гос. экон. ун-т; редкол.: Н. В. Попок [и др.]. – Минск, 2006. – С. 283–285.

40. *Сидоренко, О. В.* PR в управлении деловой репутацией организации – аспекты становления, развития и использования PR в экономике организаций / О. В. Сидоренко // Электронная культура. Информационные технологии будущего и современное электронное обучение Modern IT & (E-) Learning : материалы Междунар. науч. конф. с элем. науч. шк. для молод., Астрахань, 6–8 окт. 2009 г. / ООО «Типография «НОВА» ; редкол.: А.П. Лунев [и др.]. – Астрахань, 2009. – С. 37–41.

41. *Синяева, И. М.* Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности : учеб. для вузов / И.М. Синяева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 414 с.

42. *Скворцов, В. И.* Технологические основы использования системы ARIS Toolset 7.0 / В. И. Скворцов. – М. : Издательство ДИАЛОГ-МИФИ, 2006. – 288 с.

43. *Снитко, М. А.* Теория бухгалтерского учета : учебник / М. А. Снитко. – Минск : «Современная школа», 2006. – 312 с.

44. *Спирков, С. Н.* Теория статистики : учеб.-метод. комплекс. 4-е изд., стереотип / С. Н. Спирков. – Минск : Изд-во МИУ, 2007. – 216 с.

45. *Фишер, С.* Экономика / Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. // Пер. с англ. со 2-го изд. – М. : Дело, 2001. – 864 с.

46. *Хаммер, М.* Реинжиниринг корпорации : Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи ; пер. с англ. Ю.Е. Корнилович. – М. : Манн, Иванов и Фребер, 2006. – 287 с.

47. *Шарков, Ф. И.* Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие по специальностям «Связи с общественностью», «Реклама», «Журналистика», «Социология» / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К, 2009. – 271 с.

48. Экономико-математические методы и модели : учеб. пособие / Н. И. Холод, А. В. Кузнецов, Я. Н. Жихар [и др.] ; под общ. ред. А. В. Кузнецова. – Минск : БГЭУ, 1999. – 413 с.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. Экономическая сущность паблик рилейшнз, его место и роль в структуре современной организации.
2. PR-компетенции и факторы, затрудняющие развитие PR-сферы.
3. PR и реклама: специфика применения метода «рекламная эквивалентность» для оценки эффективности PR-деятельности.
4. Процесс стихийного формирования виртуального информационного образа.
5. PR как элемент маркетинг-микса: особенности отражения PR в различных моделях маркетинг-микса.
6. Виртуальный информационный образ и его компоненты.
7. PR в структуре менеджмента организации, управленческие функции PR.
8. Сущность, виды, практика применения рейтингов.
9. Интегрированные PR-коммуникации и коммуникационный менеджмент: сущность и особенности применения.
10. PR-бизнес-процесс, его составляющие.
11. Жизненный цикл организации: особенности PR-деятельности на различных стадиях.
12. Процесс проведения оценки эффективности PR-деятельности и факторы, влияющие на его успешность.
13. Процесс контролируемого формирования виртуального информационного образа.
14. Понятие «издержки» и их типология.
15. Понятие «доход»: общий, предельный и средний доход.
16. Соотношение понятий «имидж» и «информационный образ» в системе современных экономических отношений.
17. Классификация методов и методик оценки эффективности паблик рилейшнз.
18. Понятие «прибыль» и ее типология.

19. Современные методики расчета рентабельности, их применимость к оценке эффективности PR-деятельности.
20. Процессно-ориентированный подход к моделированию PR-деятельности, правило декомпозиции PR-бизнес-процесса.
21. PR как элемент маркетинг-микса: особенности PR-деятельности на различных стадиях жизненного цикла товара, услуги.
22. Нормативные и правовые акты в сфере защиты деловой репутации физического и юридического лица.
23. Электронные базы данных, их значение и специфика применения в организации PR-деятельности.
24. Основные и сопутствующие результаты PR-деятельности, их сущность.
25. Сущность понятий «PR-эффект» и «эффективность PR», виды эффективности PR-деятельности.
26. Международные рейтинговые агентства и бизнес-рейтинги.
27. Информация, информационная потребность, информационный ресурс организации: способы и инструментальные средства сбора и анализа информации.
28. Основные принципы проведения оценки эффективности паблик рилейшнз.
29. Специфика выбора критериев и показателей экономической эффективности PR-деятельности.
30. Коммуникация, коммуникационная потребность, коммуникационный ресурс современной организации.
31. Отражение деловой репутации в международных и национальных стандартах финансовой отчетности, типовом плане счетов бухгалтерского учета.
32. Классификация видов затрат по характеру связи с технологическим процессом.
33. Основные и дополнительные факторы производства.
34. Инструментальные средства для проведения оценки эффективности паблик рилейшнз.
35. Классификация видов затрат по экономическому содержанию.
36. Метод функционально-стоимостного анализа PR-деятельности и правила его применения.
37. Классификация видов затрат по признаку «элементы затрат».
38. Сущность и особенности применения в оценке экономической эффективности PR-деятельности метода Г.Тульчинского.
39. Белорусская и зарубежная практики применения категории «деловая репутация».
40. Стратегическое планирование PR.
41. Преднамеренное искажение виртуального информационного образа, репутационный риск и информационные атаки.
42. Классификация видов затрат по периодичности их возникновения в производственном процессе.
43. Основные системы проведения оценки эффективности PR-деятельности.

44. Понятие деловой репутации, ее составляющие и механизмы формирования.
45. Информационная и статистическая база для проведения оценки эффективности паблик рилейшнз.
46. Классификация видов затрат по статьям калькуляции.
47. Методы и методики оценки деловой репутации, их соответствие основным принципам проведения оценки эффективности PR-деятельности.
48. Правовое обеспечение PR-деятельности.
49. Информационные технологии как фактор повышения эффективности деятельности PR-специалиста.
50. Качественные методы и методики оценки деловой репутации организации, возможность их применения для оценки эффективности PR-деятельности.
51. Количественные методы и методики оценки деловой репутации организации, возможность их применения для оценки эффективности PR-деятельности.
52. Классификация видов затрат по способу распределения между видами продукции.
53. Признаки классификации затрат.
54. Методы сбора информации, ориентированные на определение характеристик имиджа, информационного образа, деловой репутации организации.
55. Методы анализа данных в процессе прогнозирования, планирования PR-деятельности и оценки ее эффективности.
56. Зарубежная и белорусская практики учета затрат на PR-деятельность в системе учета затрат организации.
57. Информационный образ организации как основной результат PR-деятельности, его ценность и полезный эффект для общественности и организации.
58. Методика оценки экономической эффективности PR-деятельности, основные этапы и их сущность.
59. Социальный, экономический, технологический, экологический эффекты PR-деятельности.
60. Меры по защите деловой репутации хозяйствующего субъекта: административная и уголовная ответственность при нанесении ущерба деловой репутации юридического лица, издержки юридического лица и их компенсация.
61. Особенности применения классических показателей экономической эффективности деятельности организации в процессе оценки эффективности паблик рилейшнз.
62. Обстоятельства возникновения деловой репутации.
63. Процесс принятия решения об экономической эффективности PR-деятельности с позиций результативности и экономичности осуществляемых процессов.
64. Применение рейтинговых методов и методик в процессе оценки эффективности паблик рилейшнз, международные рейтинговые агентства.