

Министерство Образования и Исследований Республики Молдова
Колледж имени Михаила Чакира, Комрат

**Учебно-методическое пособие
по дисциплине
«Protocol și relații cu publicul»**



Комрат, 2026

Утверждено:

Заседание кафедры «Științe socio-umane»: протокол №7 от 09.01.2026

Научно-методический совет: протокол №4 от 12.01.2026

Автор:

Дериволкова Екатерина Геннадьевна,

Мастер гуманитарных наук

Преподаватель истории и гражданского воспитания,

специальных дисциплин по праву

I дидактическая степень.

Рецензент:

Романова Светлана Яковлевна

Преподаватель истории

I дидактическая степень.

Заслуженный учитель Гагаузии

Сборник тестовых заданий по дисциплине «Protocol și relații cu publicul» /
Сост. Дериволкова Е.Г., Комрат, 2026.

В пособии представлен краткий обзор нормативно-правовой базы и контрольно-проверочных заданий по дисциплине «Protocol și relații cu publicul» для самостоятельной работы учащихся колледжа. Пособие составлено в соответствии с модулями куррикулума по дисциплине «Protocol și relații cu publicul».

Пособие предназначено для учащихся специальности «Servicii administrative si de secretariat»

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-------|
| ВВЕДЕНИЕ | 4-5 |
| Глава I. | |
| НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА ДИСЦИПЛИНЫ | 6-11 |
| 1.1 Национальное законодательство | 6 |
| 1.2 Международные стандарты, соглашения и договоры | 9 |
| Глава II. | |
| ТЕСТОВЫЕ И ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 12-40 |
| 2.1. Теоретические основы и становление связей с общественностью | 12 |
| 2.2. PR в деятельности органов местного публичного управления | 16 |
| 2.3. Формирование имиджа и официальный этикет | 22 |
| 2.4. Коммуникации и профессиональное мастерство | 25 |
| 2.5. Образец экзаменационных материалов по дисциплине | 29 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 41 |
| СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ | 42 |
| ГЛОССАРИЙ | 43 |

ВВЕДЕНИЕ

В системе профессиональной подготовки специалистов по специальности «**Servicii administrative și de secretariat**» особое место занимает дисциплина «**Protocol și relații cu publicul**». Это обусловлено тем, что современный офис-менеджер или секретарь-референт является «лицом» организации, её коммуникационным центром. Однако специфика данной дисциплины заключается в огромном массиве динамично меняющейся информации: от строгих норм государственного протокола до постоянно обновляющегося законодательства о прозрачности власти. В таких условиях возникает острая необходимость в систематизации учебного материала, что и послужило основанием для разработки данного учебно-методического пособия.

Актуальность данного пособия продиктована необходимостью обеспечения учащихся качественным и структурированным дидактическим материалом, адаптированным к современным правовым реалиям Республики Молдова.

Данное пособие восполняет дефицит практико-ориентированных материалов, объединяя в себе теоретический минимум, актуальную нормативно-правовую базу и прикладные задания. В эпоху цифровизации и открытости государственных институтов, будущий специалист должен не просто знать теорию, а уметь быстро находить нужный закон и применять его в работе с обращениями граждан или при организации официальных встреч. Пособие становится своеобразным навигатором в правовом этическом и образовательном поле будущей профессии.

Для достижения максимальной эффективности обучения содержание пособия разделено на два взаимодополняющих блока, каждый из которых решает специфические задачи подготовки специалиста:

Глава I «Нормативно-правовые и теоретические основы протокола и связей с общественностью» представляет собой концептуальный фундамент дисциплины. В ней аккумулированы ключевые положения международного права и актуального законодательства Республики Молдова. Особый акцент сделан на законах о прозрачности процесса принятия решений и доступе к информации, что позволяет учащемуся осознать правовую ответственность своей будущей деятельности. Эта глава формирует базу для развития системного мышления и умения работать с первоисточниками.

Глава II «Практикум и прикладные аспекты коммуникаций» переводит теоретические знания в плоскость практических навыков. Она структурирована в соответствии с восемью учебными модулями и включает в себя широкий спектр заданий: от риторических упражнений и этикетных кейсов до технологий взаимодействия со СМИ. Завершается глава комплексным оценочным блоком, который включает в себя матрицу спецификаций и образцы экзаменационных материалов. Это позволяет студенту не только закрепить материал, но и пройти полную имитацию итоговой аттестации, объективно оценив уровень сформированности своих профессиональных компетенций.

Таким образом, последовательное изучение материала - от буквы закона к практике общения - обеспечивает комплексный подход к освоению профессии, делая процесс обучения предсказуемым, логичным и результативным.

Основной целью данного учебно-методического пособия является создание условий для эффективной самостоятельной работы учащихся, направленной на

формирование профессиональных компетенций и успешную подготовку к итоговой аттестации по дисциплине.

Для реализации поставленной цели пособие решает следующие **задачи**:

- предоставить учащимся актуальный перечень нормативно-правовых актов Республики Молдова, регулирующих сферу PR и протокола, с прямыми ссылками на государственные реестры;
- предложить систему тестовых и индивидуальных заданий для самопроверки и контроля уровня усвоения знаний по каждому модулю;
- способствовать развитию навыков критического мышления через решение ситуативных задач (кейсов) и работу с образцами документов.

Практическая значимость данной работы заключается в её прикладном характере. Пособие структурировано таким образом, чтобы учащийся мог самостоятельно ориентироваться структуре модулей по дисциплине, а также самостоятельно готовиться к тестовым заданиям и индивидуальным работам, предусмотренным куррикулумом.

Включение в пособие раздела с нормативно-правовой базой позволяет учащимся работать в реальном правовом поле Молдовы, что критически важно для специальности «*Servicii administrative și de secretariat*». Разработанные тестовые задания и образцы экзаменационных материалов позволяют минимизировать психологический барьер перед аттестацией и объективно оценить свои силы.

Каждый раздел пособия содержит не только теоретическую выжимку, но и контрольные вопросы, которые заставляют учащегося анализировать, а не просто заучивать материал. Пособие базируется на принципах научности, доступности и системности, что делает его незаменимым помощником в образовательном процессе колледжа.

Учебно-методическое пособие адресовано учащимся специальности «**Servicii administrative și de secretariat**», а также преподавателям, стремящимся к реализации современных подходов в преподавании социально-гуманитарных дисциплин.

Глава I. НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование профессиональных компетенций в области протокола и связей с общественностью (PR) невозможно без глубокого понимания правового поля, в котором функционируют государственные структуры и частные организации. Нормативно-правовая база дисциплины представляет собой иерархическую систему актов, регулирующих право на информацию, порядок взаимодействия власти с гражданским обществом и этические стандарты административной деятельности. Система нормативно-правового регулирования в области протокола и связей с общественностью в Республике Молдова не только определяет правовые границы деятельности специалиста, но и закладывает этические и процедурные основы взаимодействия между государственными институтами и гражданским обществом.

1.1 Национальное законодательство

Изучение национального законодательства является отправной точкой для освоения профессиональных компетенций будущих секретарей-референтов и административных работников. Каждый из представленных ниже актов регулирует специфический аспект коммуникации: от обеспечения прозрачности до соблюдения иерархии в официальных отношениях. Профессиональная деятельность в сфере административных услуг и связей с общественностью в Республике Молдова опирается на прочный законодательный фундамент, который обеспечивает баланс между интересами государства и правами граждан.

Центральное место в этой системе занимает **Конституция Республики Молдова**. Для дисциплины «Protocol și relații cu publicul» фундаментальное значение имеет **Статья 34 Право на информацию**. Данная норма устанавливает, что публичные власти обязаны обеспечивать правильное информирование граждан как о личных делах, так и о вопросах общественного значения. Это положение является юридическим мандатом для создания PR-служб: если право на информацию гарантировано Конституцией, то деятельность по связям с общественностью становится не факультативной, а обязательной функцией любого демократического органа власти. Для PR-специалиста и секретаря-референта это конституционное положение является базисным: оно накладывает на государственные органы обязанность обеспечивать корректное и своевременное информирование граждан, что и составляет суть деятельности служб по связям с общественностью.

Одним из наиболее значимых инструментов в реализации политики открытости власти является **Закон РМ о доступе к информации общественной значимости № 148/2023**. В контексте дисциплины данный закон рассматривается не просто как юридический акт, а как детальный регламент профессионального поведения. Он детально классифицирует категории информации, подлежащей обязательному превентивному опубликованию, что является прямой обязанностью PR-служб. Особое значение для учащихся специальности «Servicii administrative și de secretariat» имеют разделы закона, устанавливающие строгие сроки и порядок предоставления ответов на запросы. Понимание механизмов ответственности должностных лиц за необоснованный отказ или сокрытие данных формирует у будущего специалиста чувство правовой ответственности, так как

именно на секретарский корпус зачастую возлагается техническое и процедурное обеспечение этого доступа.

Историческую и преемственную роль в этом процессе сыграл **Закон РМ о доступе к информации № 982/2000**. Несмотря на появление новых законодательных инициатив, именно этот акт на протяжении десятилетий формировал в Молдове культуру информационной открытости. В учебном процессе он анализируется как инструмент, заложивший основы отношений между «держателем информации» (государственным институтом) и «бенефициаром» (гражданином). Закон четко постулирует принцип, согласно которому сведения о нарушениях законодательства, фактах коррупции или экологическом состоянии среды не могут иметь статус ограниченного доступа. Для формирования позитивного имиджа государственной власти этот аспект является ключевым: доверие населения напрямую зависит от готовности власти вести честный и открытый диалог.

Важным регулятором поведения внутри государственного аппарата является **Закон РМ № 158/2008 о государственной должности и статусе государственного служащего**, который дополнил и развил положения ранее действовавшего закона РМ о государственной службе № 443/1995. С точки зрения протокола и профессиональной этики, этот закон является «кодексом чести» чиновника. Он устанавливает статус государственного служащего, определяя его права, обязанности и, что крайне важно, этические ограничения. Для учащегося дисциплина раскрывает этот закон через призму «внутренней коммуникации»: соблюдение субординации, норм поведения и профессиональной лояльности. Поведение каждого отдельного служащего рассматривается как элемент коллективного имиджа учреждения; следовательно, дисциплинированность и этичность работника становятся залогом авторитета всей государственной системы.

Для специалистов, чья деятельность связана с региональным уровнем, основополагающим выступает **Закон РМ о местном публичном управлении № 436/2006**. Этот акт определяет архитектуру власти на местах - полномочия примэрий, районных и местных советов. В рамках дисциплины «Protocol și relații cu publicul» закон изучается как правовое поле для взаимодействия муниципальных властей с местным сообществом. Он накладывает обязательство по публикации решений и распоряжений руководства, что составляет практическую основу работы секретаря. Знание этого закона позволяет специалисту грамотно организовать документооборот, обеспечивая прозрачность (транспарентность) деятельности МПУ, что является необходимым условием социального согласия.

Тесно связан с ним **Закон РМ о прозрачности процесса принятия решений № 239/2008**. Он регулирует наиболее активную фазу PR-деятельности - взаимодействие власти и общества на этапе разработки проектов и стратегий. В учебных модулях этот акт рассматривается как пошаговый алгоритм организации публичных консультаций и слушаний. Закон определяет механизмы, благодаря которым общественность может влиять на решения властей, а PR-служба - обеспечивать легитимность этих решений через открытость и инклюзивность.

Процедурная точность официального общения детально прописана в **Административном кодексе Республики Молдова № 116/2018**. Для будущих секретарей этот документ является настольной книгой, так как он регламентирует специфику административной переписки и работы с петициями. В контексте протокола Кодекс важен

тем, что устанавливает строгие формы и стандарты общения государства с частным лицом. Соблюдение этих процедур гарантирует не только правовую законность, но и протокольную безупречность официальных отношений, исключая субъективизм и бюрократический произвол.

Завершает систему национального регулирования в области представительских функций **Закон РМ о Государственном протоколе № 1133/1992**. Данный акт является «техническим регламентом» высшего уровня. Он определяет правила приема иностранных делегаций, порядок использования государственных символов (флага, герба, гимна) и регламент проведения торжественных церемоний. Эти нормы составляют ядро компетенций, связанных с официальным этикетом и поведением. Учащиеся изучают этот закон, чтобы овладеть искусством организации официальных мероприятий, где каждая деталь — от рассадки гостей до очередности выступлений - имеет глубокий политический и имиджевый смысл.

В дополнение к вышеуказанным законам, важную роль играют подзаконные акты и постановления правительства, уточняющие механизмы коммуникации:

Техническая и представительская сторона деятельности отражена в Постановлении Правительства РМ о веб-страницах органов власти. Данный акт устанавливает стандарты «цифрового лица» учреждения. В рамках изучения формирования имиджа власти (Модуль V), это постановление служит руководством по наполнению и структурированию официального сайта как главного инструмента PR-коммуникации в современную эпоху. Также оно переводит юридические нормы в техническую плоскость, определяя структуру и содержание официальных веб-сайтов. Для PR-специалиста это «инструкция» по созданию цифрового представительства организации.

Следующий документ: Постановление Правительства РМ № 1151 от 02-09-2002 об утверждении Положения о нормативах расходов на проведение конференций, симпозиумов, фестивалей и т. д. государственными учреждениями, финансируемыми из публичного национального бюджета. Он является прикладным пособием по организации официальных визитов, церемоний и встреч, детально описывая порядок использования государственной символики и правила этикета при приеме делегаций.

Изучение перечисленных актов позволяет учащемуся не только овладеть теоретическими знаниями, но и выработать практический навык работы в строгом соответствии с принципом законности. Национальное законодательство формирует «границы» профессиональной деятельности, гарантируя соблюдение прав граждан на информацию и обеспечивая единый стандарт государственного протокола.

Подводя итог обзору национального законодательства, следует отметить, что оно формирует жесткий каркас, внутри которого выстраивается гибкая система связей с общественностью и протокола. Знание этих правовых актов позволяет специалисту специальности «Servicii administrative și de secretariat» действовать не интуитивно, а на основе закона, минимизируя риски юридических ошибок в коммуникации.

Нормативная база Республики Молдова в этой сфере эволюционирует в сторону максимальной открытости и дебюрократизации. Для учащегося понимание этой эволюции - от базовых прав, закрепленных в Конституции, до детальных инструкций в Постановлениях Правительства - является залогом успешной профессиональной реализации. Таким образом, национальное законодательство выступает не просто как свод

ограничений, а как гарант эффективного и законного диалога между властью и обществом, обеспечивая стабильность и предсказуемость официальных отношений.

Глубокое изучение данных законов позволяет учащимся специальности «Servicii administrative și de secretariat» не просто исполнять свои обязанности, а выступать гарантами законности и культуры в системе публичного управления.

1.2 Международные стандарты, соглашения и договоры

В эпоху глобализации и активной интеграции Республики Молдова в европейское пространство знание международных норм становится неотъемлемым атрибутом профессиональной пригодности специалиста в области административных услуг. Международные стандарты в сфере протокола и связей с общественностью служат тем универсальным языком, который позволяет эффективно выстраивать коммуникацию между представителями разных культур, политических систем и правовых школ. Особую значимость приобретает гармонизация национального законодательства с международными требованиями: соответствие молдавских административных процедур мировым стандартам не только повышает престиж страны, но и гарантирует соблюдение фундаментальных прав человека на информацию и достойное отношение со стороны государственных органов.

Важнейшую роль в понимании границ свободы слова и ответственности при работе со средствами массовой информации играет **Европейская конвенция по правам человека**, а именно её статья 10 Свобода выражения мнения. Для будущих специалистов PR-служб эта норма служит юридическим ориентиром в вопросах баланса между правом общества знать правду и необходимостью защиты репутации или государственной тайны. Анализ практики Европейского суда по правам человека в контексте этой статьи помогает учащимся осознать высокую степень ответственности государственного служащего за свои официальные высказывания и публикации.

Одним из краеугольных камней профессиональной этики в сфере PR является **Афинский кодекс (Codul de la Atena)**, принятый Международной ассоциацией PR (IPRA). В контексте дисциплины этот документ рассматривается как «Моральный устав» специалиста. Его суть заключается в безусловном уважении прав человека, достоинства личности и правды. Для учащихся специальности «Servicii administrative și de secretariat» положения кодекса важны тем, что они диктуют честность в общении с публикой: специалист не имеет права распространять ложную или вводящую в заблуждение информацию. Это напрямую связывает теорию с практикой формирования доверия к органам власти.

Не менее значимым является **Лиссабонский кодекс (Codul European de Conduită Profesională a Relațiilor Publice)**, который конкретизирует правила поведения специалистов на европейском пространстве. Основной акцент здесь сделан на профессиональной тайне и корректности по отношению к коллегам и клиентам. При изучении модулей, посвященных работе со СМИ, Лиссабонский кодекс служит ориентиром: он запрещает использование методов, наносящих ущерб независимости средств массовой информации. Для будущего административного работника это означает понимание границ между информированием общественности и манипуляцией.

В дополнение к вышеуказанным нормам, специалисту в области административного управления необходимо ориентироваться в документах, которые заложили основу для современного информационного права и международных стандартов открытости власти.

Одним из таких актов является **Конвенция Совета Европы о доступе к официальным документам (Тромсё, 2009 г.)**. Это первый в мире юридически обязательный международный документ, закрепляющий право каждого на доступ к официальным документам, находящимся в распоряжении государственных органов. В рамках изучения модуля 4 («Транспарентность в местном публичном управлении»), данная конвенция рассматривается как стандарт, к которому стремится национальное законодательство Республики Молдова. Она устанавливает минимальные гарантии обработки запросов и определяет механизмы обжалования отказов в доступе к информации, что является ключевой частью работы секретаря-референта.

В вопросах официального протокола базовым международным документом выступает **Венская конвенция о дипломатических сношениях 1961 года**. Хотя конвенция регулирует межгосударственные отношения, её нормы де-факто являются эталоном для любого официального протокола, в том числе и на местном уровне. Порядок старшинства, правила использования государственной символики, этикет встреч и проводов - всё это берет начало в Венской конвенции. Учащиеся изучают её положения, чтобы понимать логику официальных церемоний и обеспечивать безупречное проведение мероприятий с участием иностранных делегаций или высокопоставленных лиц.

Также для сферы официального протокола и международного сотрудничества актуальна **Венская конвенция о консульских сношениях 1963 года**. Если дипломатическая конвенция 1961 года больше касается высшего эшелона власти, то консульская конвенция зачастую затрагивает практические вопросы помощи гражданам и взаимодействия административных органов на местах. Знание её основ позволяет специалисту специальности «Servicii administrative» корректно выстраивать протокольную переписку и оказывать содействие иностранным представительством в рамках своей компетенции.

Также стоит выделить **Стандарт ISO 26000 (Социальная ответственность)**. Этот международный стандарт расширяет понимание PR, связывая его с социальной ответственностью организации. В рамках дисциплины он помогает учащимся осознать, что современная служба связей с общественностью - это не только распространение новостей, но и участие учреждения в решении социальных проблем сообщества, соблюдение принципов устойчивого развития и прозрачности, что крайне актуально для органов местного публичного управления.

Международные стандарты и соглашения дополняют национальное законодательство, привнося в него гуманистические принципы и проверенные временем протокольные традиции. Если государственные законы Молдовы устанавливают «что» должен делать специалист (обязанности), то международные кодексы отвечают на вопрос «как» он должен это делать с точки зрения морали, чести и профессионального мастерства. Владение этой нормативной базой позволяет выпускнику колледжа чувствовать себя уверенно в любой международной или мультикультурной среде, обеспечивая высокий уровень административного сервиса.

Подводя итог анализу нормативно-правовой базы, можно констатировать, что дисциплина «Protocol și relații cu publicul» опирается на комплексную и многогранную

систему юридических и этических норм. Сочетание строгого национального законодательства (Конституции, законов о доступе к информации и прозрачности и др.) с гибкими международными стандартами создает уникальное правовое пространство для работы специалиста.

Для учащихся по специальности «Servicii administrative și de secretariat» первая глава пособия служит доказательством того, что их будущая профессия требует не только коммуникабельности, но и глубокой правовой грамотности. Понимание иерархии актов - от основополагающей Конституции до специализированных этических кодексов - превращает технического исполнителя в компетентного представителя власти. Таким образом, сформированная правовая база является надежным залогом обеспечения законности, прозрачности и высокого уровня культуры в системе публичного управления Республики Молдова.

Нормативно-правовой фундамент дисциплины «Protocol și relații cu publicul» представляет собой интеграцию национальных интересов Республики Молдова и общепризнанных мировых стандартов. От Конституции до Конвенции Тромсё и Венских соглашений каждый из этих актов формирует профессиональный профиль специалиста, способного действовать в условиях правовой определенности и высокого уровня коммуникационной культуры. Знание этой базы гарантирует, что выпускник колледжа будет не просто техническим работником, а квалифицированным административным специалистом, обеспечивающим законный и эффективный диалог между государством и обществом.

Глава II.

ТЕСТОВЫЕ И ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Переход от теоретического фундамента к практической плоскости обучения является ключевым этапом в подготовке специалистов административной сферы. Вторая глава данного пособия представляет собой структурированный комплекс прикладных инструментов, направленных на формирование системы **специфических профессиональных компетенций**. В процессе освоения материала особое внимание уделяется:

СК1: Практическому применению ценностей и принципов этических кодексов в повседневной деятельности;

СК2: Правильному использованию нормативной базы Республики Молдова в контексте связей с общественностью;

СК3: Развитию навыков эффективного общения как внутри учреждения, так и с внешними аудиториями;

СК4: Осознанному использованию этических и правовых ограничений поведения в официальных отношениях;

СК5: Успешному включению в командную деятельность при реализации PR-проектов;

СК6: Мастерству написания различных типов официальных сообщений и медиа-текстов.

Методологическая канва главы выстроена вокруг восьми ключевых модулей, которые последовательно раскрывают дисциплину:

1. **Происхождение и становление общественных отношений**
2. **Протокол и связи с общественностью**
3. **Структура и роль службы PR в деятельности органов местного публичного управления (МПУ)**
4. **Транспарентность в местном публичном управлении**
5. **Формирование имиджа государственной власти**
6. **Поведение в официальных отношениях с общественностью,**
7. **Риторика в официальных отношениях**
8. **Отношения со СМИ**

Дисциплина «Protocol și relații cu publicul» здесь оживает в виде конкретных сценариев, этикетных задач и алгоритмов. Основное внимание уделяется не просто заучиванию норм, а пониманию логики коммуникационного процесса: от соблюдения принципов прозрачности до проведения масштабных протокольных мероприятий. Каждое задание тесно переплетено с национальными стандартами, что позволяет студенту еще на этапе обучения в полной мере подготовиться к реалиям будущей профессиональной деятельности.

2.1. Теоретические основы и становление связей с общественностью

| Единицы компетенций | Единицы содержания |
|---|--------------------|
| I. Происхождение и становление общественных отношений | |

| | |
|--|---|
| - Проблема ценностных суждений относительно связей с общественностью, основатели концепции современных связей с общественностью; | 1. Знаменательные моменты в истории общественных отношений. 2. Основоположники современных общественных отношений. |
| II. Протокол и связи с общественностью | |
| - Отчетность о ценностях, изученных при ожидаемой профессиональной деятельности; | 3. Предмет и сущность протокола и связей с общественностью. Характерные особенности 4. Элементы процесса связей с общественностью 5. Цели PR-деятельности и их подход. 6. Принципы и ценности в общественных отношениях. |

Примеры заданий:

Образец формативного оценивания к темам 1 и 2.

1. Закончите предложение: «Основным принципом повседневной жизни является
- _____»
2. Дайте определение понятию Протокол: *это* _____
3. Ответьте на вопрос: Чем является протокол для дипломатических отношений?
- _____
4. Ответьте на вопрос: что способствовало изменению в отношениях между государствами? И когда (укажите век)?
- _____
5. Ответьте на вопрос: Какие международные документы повлияли на распространение в Европе практики постоянных посольств между государствами? Укажите дату заключения?
- _____
6. Назовите автора теории «постоянных переговоров» и его труд, ставший прототипом современной дипломатии.
- _____
7. Назовите международные организации, ставшие международной трибуной, где поднимались проблемы возникающие в рамках международных отношений
- _____
8. Ответьте на вопрос: Как обратился Папа римский к супруге Кеннеди во время ее визита в Ватикан? - _____
9. Назовите 2-3 исторические личности, оказавшие влияние на развитие церемониала
- _____
10. Закончите фразу со слов древних:
«Протокол – _____»

Образец суммативного оценивания к модулю 1.

1. Какую цель преследовала PR – деятельность в США на I-м этапе развития?
 - 1) увеличение уровня жизни населения
 - 2) давление на целевые аудитории
 - 3) расширение производства
 - 4) поддержка малого предпринимательства
2. Какое из определений «public relations» верное?

4. Продолжите фразу: «Коммуникация достигает максимальной эффективности, если...»
 а) постоянно повторяется б) использует традиционные каналы передачи информации
 в) требует минимум усилий со стороны целевой аудитории
5. Что является важным фактором эффективной деловой коммуникации?
 а) выбор поведения б) выбор собеседника в) выбор стиля делового общения
6. В каком году было создано первое крупное бюро PR в Америке?
 а) 1912 г. б) 1970 г. в) 1972 г.
7. Основная мысль Айве Ли в книге «Паблицити»?
 а) имидж человека/организации можно изменять с помощью разных приемов, методов
 б) политики должны прислушиваться к мнению общественности с целью принятия целесообразных решений
 в) общественность необходимо убеждать в правоте своих действий
8. PR понимается как одна из функций ... по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и общественностью.
 а) маркетинга б) менеджмента в) социальной психологии
9. Какой функции у PR нет?
 а) аналитико-прогностической б) консультативно-методической
 в) контрольно-ревизионной
10. Какая из функций связей с общественностью направлена на выработку информационной политики?
 а) организационно-технологическая б) аналитико-прогностическая
 в) консультативно-методическая
11. Какая из функций PR предполагает консультации по организации и развитию отношений с общественностью, разработку форм сотрудничества, разных программ и компаний ПР?
 а) организационно-технологическая б) информационно-консультативная
 в) консультативно-методическая
12. Важный элемент принципиальной модели PR, благодаря которому становятся доступными сведения о реакции целевой аудитории?
 а) обратная связь б) PR-обращение в) каналы передачи информации
13. В каком году была создана Межд. ассоциация служб связей с общественностью?
 а) в 1955 б) в 1990 в) в 1995

| Материалы для инд.изучения | Продукты для разработки | Методы оценивания |
|--|---|--|
| 1. Структура и роль службы PR в деятельности местного публичного управления | | |
| 1.1 Функции профессионала в PR | 1. Написание реферата на тему «Институт представительства в PR» | Защита рефератов - письменно |
| 1.2 Организация мероприятий: конференции, семинары, ярмарки | 2. Индивидуальный проект Разработка плана организации публичного мероприятия (конференция, семинар, ярмарка) | Защита индивидуальных проектов - устно |

2.2. Модуль II. PR в деятельности органов местного публичного управления

| Единицы компетенций | Единицы содержания |
|--|--|
| III. Структура и роль службы PR в деятельности органов местного публичного управления | |
| <p>- Оценка типов и функций общения в деятельности органов местного публичного управления;</p> | <p>7. Связи с общественностью в местном публичном управлении. Общие положения 8. Протокольные службы: функции, история возникновения. 9. Протокольные службы в РМ и АТО Гагаузия. 10. Обязанности специалиста по связям с общественностью. 11. Роль и функции коммуникации в рамках местного публичного управления. 12. Внутренние коммуникации. 13. Внешние коммуникации: - средства коммуникации; - организация мероприятий: конференции, семинары, ярмарки. 14. Общение в исключительных случаях. 15. Протокольные мероприятия: формат, общая характеристика. Требования к проведению. 16. Новое в организации современной протокольной практики</p> |
| IV. Транспарентность в местном публичном управлении | |
| <p>- Пример факторов, влияющих на прозрачность принятия решений в рамках местного публичного управления;</p> | <p>17. Доступ к информации в Республике Молдова. 18. Национальная правовая база. 19. Международные стандарты в отношении прозрачности в процессе принятия решений. 20. Трудности в применении законодательства о прозрачности принятия решений в местном публичном управлении - 21. Рекомендации по обеспечению прозрачного и основанного на участии процесса принятия решений.</p> |

Примеры заданий:

Задание по теме: Внутренние коммуникации (ответь на вопросы согласно теме урока)

1. Что включает в себя политика взаимодействия населения и ОМПУ, и какие есть проблемы и перспективы этого взаимодействия?
2. Обязанности специалиста по связям с общественностью во внутренних коммуникациях.
3. Цели внутреннего PR.
4. Специалист по внутренним коммуникациям должен решать определенные задачи, какие?
5. Кто является целевой аудиторией внутреннего PR?
6. Сделайте вывод для чего нужна внутренняя коммуникация?

Задание по теме: Внешние коммуникации (ответь на вопросы согласно теме урока)

1. Что такое внешние коммуникации?
2. Перечислите средства создания корпоративного имиджа.
3. Дайте определения основным понятиям по конспекту, включая все виды внешней коммуникации.

Образец: Суммативное оценивание, модуль 3

1. Цель PR – кампании?
 - а) убедить людей изменить свое мнение по какому-либо поводу
 - б) создать благоприятное общественное мнение и завоевать расположение потребителей
 - в) ликвидация конфликтов, недоразумений, борьба с нежелательными слухами относительно организации и ее деятельности
2. Беседа в форме вопросов-ответов, между человеком, владеющим информацией, и журналистом?
 - а) анкетирование
 - б) интервью
 - в) репортаж
 - г) опрос
3. Публичная демонстрация достижений в области материальной и духовной деятельности человека – это...
 - а) ярмарка
 - б) выставка
 - в) аукцион
4. Что такое «презентация»?
 - а) инструктаж о том, как пользоваться товаром
 - б) представление какой-либо фирмы, лица, продукции
 - в) участие в мероприятии, где вы являетесь спонсором
 - г) празднование чего-либо
5. В каком случае презентация будет более эффективной?
 - а) если пригласить журналистов
 - б) если пригласить известных людей
 - в) если пригласить фотографов
6. Почему «круглый стол» является одним из наиболее эффективных способов влияния на общественное мнение?
 - а) т.к. в нем участвуют представители противоположных точек зрения
 - б) т.к. коллективному выводу сознание доверяет больше
 - в) т.к. в ходе обсуждения разными специалистами решается сразу несколько проблем
7. Пресс-конференция – это...
 - а) процесс обсуждения проблемы
 - б) инструктаж
 - в) встреча представителя организации с журналистами
8. Кто, прежде всего, заинтересован в проведении пресс конференции?
 - а) журналисты
 - б) организации-участники
 - в) органы, контролирующие деятельность организации
9. Соотнесите мероприятия PR и их применение.
 - а) круглый стол
 - б) брифинг
 - в) пресс-конференции
1. встреча представителя футбольной сборной с журналистами с целью сообщить о планах на будущий сезон
2. очередной выпуск программы «Времена» Познера, обсуждение вопроса о политических партиях
3. встреча представителей управления образования и санэпидемстанции с журналистами по проблеме отравлений в общеобразовательных учреждениях
10. Расположите и запишите в правильном порядке организационную работу по подготовке приема.
 - а) составление списка гостей и рассылка приглашений
 - б) составление меню

- в) написание сценария
д) подготовка речи и определение очередности выступающих
- г) определение формы приема

11. Обед-буфет, коктейль, фуршет – это...

- а) вечерний вид приема
в) прием по случаю торжественной даты
- б) дневной вид приема

12. Наиболее простой формой приема является –

- а) обед-ужин
б) фуршет
в) бокал шампанского

13. Что буквально означает слово «брифинг»?

- а) рекомендация
б) извещение
в) оповещение
г) инструктаж

14. Какова цель брифинга?

- а) обсудить с журналистами текущие события
б) дать объяснение происшедшему, его причинам
в) рассказать о планируемых мероприятиях в связи с каким-то праздником

15. Как называется мероприятие PR, в рамках которого все желающие могут ознакомиться с деятельностью организации?

- а) презентация
в) день открытых дверей
- б) аукцион
г) открытые торги

16. Как называется деятельность, которая осуществляется на безвозмездной основе и не предполагает финансовых и прочих обязательств со стороны получающих поддержку?

- а) патронаж
б) спонсорство
в) благотворительность

17. Что является основным прибором сервировки стола на «банкете-фуршете»?

- а) вилка
б) ложка
в) нож

18. На различных встречах и приемах первыми приветствуют:

- а) присутствующие - входящего
б) входящий – присутствующих
в) опоздавший – ожидающих
г) ожидающий – опоздавшего
д) младший по возрасту, но старший по званию – старшего по возрасту, но младшего по званию

19. Что нужно сделать, получив на какой-либо деловой встрече визитную карточку?

- а) постараться запомнить, указанные в ней данные
б) прочесть вслух имя и отчество вручившего
в) отметить на ней, где сидит этот человек

Образец: Суммативное оценивание, модуль IV. Транспарентность в местном публичном управлении

Часть 1.

1) Закон о доступе к информации регулирует:

- а) отношения между поставщиками информации и физическими и/или юридическими лицами в процессе обеспечения и реализации конституционного права на доступ к информации;
- б) принципы, условия, способы и порядок осуществления доступа к официальной информации, находящейся во владении поставщиков информации;
- д) права лиц, запрашивающих информацию;
- е) механизм защиты права на доступ к информации;

- f) осуществление других функций, предусмотренных законодательством
- 2) Документами, содержащими информацию, считаются:
- 1) любой из носителей информации (или его часть);
 - 2) информация от любого физического лица;
 - 3) любая часть копии или воспроизведения.
- 3) Субъектами закона РМ «О доступе к информации» являются
- a) поставщик информации;
 - б) физическое лицо;
 - в) информация личного характера;
 - г) лицо, запрашивающее информацию.
- 4) Поставщиками информации, то есть лицами, владеющими официальной информацией и обязанными предоставлять ее лицам, запрашивающим информацию, в соответствии с настоящим законом являются:
- a) центральные и местные органы публичной власти;
 - б) центральные и местные публичные учреждения;
 - с) физические и юридические лица.
- 5) Охрана частной жизни лица включает:
- a) право на свободу и личную неприкосновенность;
 - б) право на участие лица в процедуре принятия решений в качестве равной стороны;
 - с) право на защиту;
 - д) право на контроль и исправление неадекватных, неверных, неполных и др. данных;
 - е) право на обращение в судебные инстанции.
- 6) Запрашиваемые информация, документы предоставляются заявителю с момента, когда они готовы к предоставлению, однако не позднее
- a) 20 рабочих дней со дня регистрации заявления о доступе к информации;
 - б) 10 рабочих дней со дня регистрации заявления о доступе к информации;
 - с) 15 рабочих дней со дня регистрации заявления о доступе к информации;
 - д) 30 рабочих дней со дня регистрации заявления о доступе к информации.
- 7) Под действие закона о прозрачности процесса принятия решений подпадают следующие органы публичной власти, разрабатывающие проекты решений.
- a) Парламент РМ;
 - б) Президент РМ;
 - с) Правительство;
 - д) автономные органы публичной власти;
 - е) отраслевые органы центрального публичного управления;
 - ф) органы местного публичного управления.
- 8) Подберите понятие к определению
- _____ - находящаяся во владении и распоряжении поставщиков информации, составленная, отобранная, обработанная, систематизированная и/или утвержденная официальными органами, лицами или предоставленными в их распоряжение в соответствии с законом иными субъектами права.
- 9) Подберите понятие к определению
- _____ - сведения, относящиеся к частному лицу, личность которого установлена или может быть установлена, разглашение которых может нарушить частную жизнь лица и которые относятся к категории конфиденциальной информации о лице.
- 10) Подберите понятие к определению
- _____ - устанавливает нормы, применяемые для обеспечения прозрачности процесса принятия решений в рамках

центральных и местных органов публичного управления, иных органов публичной власти, и регулирует отношения этих органов с гражданами, созданными в соответствии с законом объединениями, иными заинтересованными сторонами в плане участия таковых в процессе принятия решений.

11) Подберите понятие к определению

_____ – граждане, созданные в соответствии с законом объединения, юридические лица частного права, которые затрагиваются или могут затрагиваться принятием решения и которые могут влиять на процесс принятия решений.

12) Подберите понятие к определению

_____ – взаимный обмен мнениями между гражданами, созданными в соответствии с законом объединениями, иными заинтересованными сторонами, с одной стороны, и органами публичной власти, подпадающими под действие закона, – с другой, в результате которого обе стороны информируются и могут влиять на процесс принятия решений.

13) Официальная информация предоставляется лицам, запрашивающим ее, на основании _____.

14) Законодательство о доступе к информации основывается на: (продолжите предложение)

15) Официальную информацию могут запрашивать: (перечислите)

a) _____
b) _____
c) _____

16) Основными этапами обеспечения прозрачности процесса разработки решений являются (перечислите эти этапы):

a) _____
b) _____
c) _____
d) _____
e) _____

Часть 2.

17) Прочитайте приведенный ниже текст, в котором пропущен ряд слов. Выберите из предлагаемого списка слова, которые необходимо вставить на место пропусков, впишите в текст:

_____ обеспечивают доступ к принятым решениям путем их _____ в установленном законом порядке, _____ на официальной web-странице, _____ в общедоступном месте по месту своего нахождения и/или _____ в зависимости от обстоятельств через центральные или местные _____, а также другими установленными законом способами.

Словарь: *опубликования, размещения, распространения, средства массовой информации, вывешивания, органы публичной власти.*

18) Прочитайте приведенный ниже текст, в котором пропущен ряд слов. Выберите из предлагаемого списка слова, которые необходимо вставить на место пропусков, впишите в текст:

_____ предусматривает, что в Гагаузии признаются и гарантируются _____, согласно _____, Уложению Гагаузии, общепринятым принципам и нормам _____. Статья 23 гарантирует _____ и обязанность государственных учреждений предоставлять информацию общественного интереса: «_____, их должностные лица обязаны обеспечить всем гражданам ознакомление с _____, непосредственно затрагивающими их _____, если иное не предусмотрено законом».

Словарь: *Органы публичной власти, международного права, права и свободы человека и гражданина, Уложение Гагаузии (Гагауз Ери), Конституции РМ, право граждан на доступ к информации, документами и материалам, права и свободы.*
8б.

19) Прочитайте приведенный ниже текст, в котором пропущен ряд слов. Выберите из предлагаемого списка слова, которые необходимо вставить на место пропусков, впишите в текст:

Это критическое условие для участия, когда власти информируют _____ о процессе, типах документов, которые они хотят принять или деятельности, в которой хотят принять участие. Это _____ и _____ право, лежащее в основе всего процесса участия. Оно включает в себя право на доступ общественности ко всей _____ (например, законопроекты, комментарии и обоснования) на протяжении всего цикла политики. Этот уровень не требует интенсивного взаимодействия между _____ и общественностью; однако, госорган должен обеспечить получение общественностью _____ и _____ информации, важной для процесса в течение всех фаз.

Словарь: *важное, информации, своевременной, госорганом, основное, точной, общественность.*

20) Проанализируйте своими словами цитату: Прозрачность в процессе принятия решений (5-6 предложений).

| Материалы для инд.изучения | Продукты для разработки | Методы оценивания |
|--|--|--|
| 2. Прозрачность в рамках местного публичного управления | | |
| 2.1 Прозрачность в процессе принятия решений | 3. Индивидуальный проект Разработка проекта "Прозрачность процесса принятия решений и принятие решений" | Защита индивидуальных проектов - устно |

2.3. Модуль III. Формирование имиджа и официальный этикет

| Единицы компетенций | Единицы содержания |
|--|--|
| V. Формирование имиджа государственной власти | |
| - Оценка аспектов, обуславливающих имидж государственного органа; | 22. Характеристика имиджа учреждения. 23. Составные части имиджа государственного органа. 24. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью. 25. Профессиональная этика и стандарты. 26. Имидж. Корпоративная идентичность. 27. Брэнд. Репутация. 28. Оценка эффективности PR-деятельности. |
| VI. Поведение в официальных отношениях с общественностью | |
| - Адаптация личного поведения к требованиям профессионального поведения; | 29. Поведение человека и его мотивация. 30. Поведение в общественных отношениях. 31. Приветствие: этикет, порядок, мимика, рукопожатие. |

Примеры заданий:

Образец: Суммативное оценивание, модуль V.

- Имидж в переводе с английского языка означает:
а) впечатление; б) образ; в) оценка.
- Перечислите 4 стадии формирования имиджа органов власти.

- Вербальным элементом имиджа является ...
а) речь; б) одежда; в) почерк.
- Верны ли следующие суждения?
А. «Имидж есть создаваемый образ, то есть образ, возникающий в результате определенной деятельности, работы».
Б. Имидж персонала – это имидж человека, в противоположность имиджу группы, организации, предмета.
1.Верно только А; 3.Верны оба суждения;
2.Верно только Б; 4.Оба суждения неверны.
- За имидж фирмы отвечает не только отдел PR, но и ...
а) конкуренты; б) партнеры; в) клиенты; г) сотрудники.
- Как называется ситуация, когда принимаемые решения ввиду их прогнозируемой непопулярности грозят ухудшением имиджа компании?
а) ситуацию «непреднамеренного банкротства»;
б) ситуацию «вероятного дискомфорта»;
в) ситуацию «вероятного провала»;
г) ситуацию «непреднамеренного провала».
- Верны ли следующие суждения?
А. Индивидуальный имидж– это обобщённая характеристика всей совокупности работников организации.

Б. «Имидж – это не что иное, как специально сконструированный психологический образ, создаваемый с вполне определенными целями».

- 1.Верно только А; 3.Верны оба суждения;
2.Верно только Б; 4.Оба суждения неверны.

8. Перечислите 4 функции, которые выполняет имидж органов исполнительной власти.

9. Назовите 4 критерия формирования имиджа органов исполнительной власти.

10. Закончите предложение:

Понятие «имидж» используется в экономике ...

Понятие «имидж» используется в социологии ...

11. Подберите понятие к определению

_____ - это индивидуальный имидж, который является оценочным образом, складывающимся из следующих параметров: результативность и эффективность работы, профессионализм и добросовестность, должностное поведение, культурный уровень, коммуникативные качества и т. п., а также субъективные оценки деятельности чиновника со стороны населения и институтов гражданского общества.

12. Чему должна соответствовать рабочая одежда?

- а) внутренней корпоративной культуре определенной организации (компании)
б) интересам, нормам и вкусам клиентов организации
в) времени года

Образец: Суммативное оценивание, модуль VI.

1. Установите соответствие между мотивационными состояниями и их значениями.

Допишите недостающие значения.

| | | |
|---------------|--|--|
| 1. интересы | | А. организуют поведение человека, обеспечивают произвольность его действий, выступают как сознательный акт поведения |
| 2. желания | | Б. очень стойкое аффективное стремление к определенному объекту, потребность в котором доминирует над всеми остальными потребностями |
| 3. стремления | | В. мотивационно-регуляционный механизм человеческого поведения, определяемый иерархией сформированных потребностей. |
| 4. намерения | | Г. определенный этап вызревания потребности, соотнесение ее с целью и планом действий |
| 5. влечения | | |
| 6. страсти | | |
| 7. установки | | |

| | | |
|--|--|---|
| | | Д. состояние навязчивого тяготения к определенной группе объектов |
|--|--|---|

2. Какие этикетные ошибки допустили мальчики?

Рис. 1



Рис. 2



3. Продолжите предложение: Отношения по «служебной вертикали» (начальник – подчиненный) строятся на основе принципов ...

4. Приведите пример того, как должен руководитель представлять гостю (компаньону) своего секретаря (помощника) _____

5. Вставьте пропущенное слово

Дэйл Карнеги утверждает, что « _____ – это самый сладостный и самый важный для него звук на любом языке».

6. Деловой протокол — это:

- а. Осознание добросовестного исполнения сотрудниками своих обязанностей
- б. Свод правил в деловых и служебных отношениях;
- в. Правила, регламентирующие порядок встреч и проводов, проведение бесед и переговоров, организацию приемов и деловой переписки;
- г. Служебные взаимоотношения

7. Соблюдение чувства меры в разговоре — это:

А. Вежливость; Б. Тактичность; В. Дипломатичность; Г. Предупредительность.

8. Из приведенных примеров выберите те, которые соответствуют этическим *запретам* в процессе телефонного разговора.

- А. «Простите, представьтесь пожалуйста»;
- В. «Иванова нет на месте, не знаю, где он!»
- Б. «Петрова сейчас нет. Чем я могу вам помочь?»
- Г. «Простите это ООО?»

9. Из приведенных примеров выберите те, как приглашают на официальный прием:

- А) Письменным приглашением; Б) По телефону;
 В) Визитной карточкой; Г) При личной встрече
10. Кто должен при обрыве телефонной связи вновь набирать номер:
 А. Тот, кто звонил, Б. Тот, кому звонили,
 В. Младший по должности, Г. Младший по возрасту
11. Что способствуют успеху делового общения:
 А. Учитывать интересы собеседника; Б. Говорить только о себе;
 В. Перебивать собеседника; Г. Навязывать свою точку зрения
12. В процессе делового общения взгляд партнера прямой, лицо полностью обращено к собеседнику. Это:
 1. Презрение; 2. Интерес к собеседнику и его признание;
 3. Проявление подчеркнутого неуважения. 4. Не интересен собеседник
13. При каких средствах общения передается наибольший процент информации?
 А. При вербальных средствах; Б. С помощью невербальных средств
 В. Письменно Г. По электронной почте
14. Влияние на первое впечатление о человеке оказывает:
 А. Образование; Б. Социальный статус;
 В. Внешний вид; Г. Возраст;
15. Кто первым протягивает руку при приветствии?
 1. Старший по статусу - младшему;
 2. Мужчина - женщине, равному по статусу;
 3. Молодой работник – пожилому
 4. Пожилой молодому

| Материалы для индивидуального изучения | Продукты для разработки | Методы оценивания |
|--|--|------------------------------|
| 3. Формирование имиджа государственной власти | | |
| 3.1 Особенности имиджа учреждения | 4. Реферат Написание реферата на тему «Сила имиджа в связях с общественностью» | Защита рефератов - письменно |
| 4. Поведение в официальных отношениях с общественностью | | |
| 4.1 Поведение человека и его мотивация | 5. Презентация РРТ Разработка проекта «Формы выражения поведения. Улучшение поведения человека» | Защита презентаций - устно |

2.4. Модуль IV. Коммуникации и профессиональное мастерство

| Единицы компетенций | Единицы содержания |
|--|---|
| VII. Риторика в официальных отношениях с общественностью | |
| - Применение принципов, регулирующих публичное представление речи; | 32. Риторика. Полезные рекомендации для хорошего докладчика. 33. Стиль речи. Принципы и качества стиля. 34. Разговор. Основные правила. 35. Жест. 36. Разработка и производство речи. |

| | |
|--|--|
| | 37. Содержание речи. |
| VIII. Отношения со СМИ | |
| - Определение норм, предписанных для написания и разработки сообщений; | 38. Работа со СМИ как технологическая основа связей с общественностью. 39. Стратегия и тактика взаимодействия со СМИ. 40. Формы сотрудничества со СМИ. 41. Пресс-конференция. 42. Пресс-релиз. |

Примеры заданий:

Образец: Формативное оценивание «Написание пресс-релизов»

1. Допустима ли прямая реклама в пресс-релизе?
 - Да - Нет
2. Может ли пресс-релиз рассказывать об уже прошедшем событии?
 - Да - Нет, пресс-релиз пишется только для анонса предстоящего события
3. Нужна ли подпись автора в конце пресс-релиза?
 - Нет - Да, крайне желательна
4. Разрешено ли использование ссылок в пресс-релизах для Интернета?
 - Запрещено - Да - Крайне не рекомендуется
5. Пресс-релизы пишутся по ...
 - Алгоритму Джеферсона
 - Правилу сухого остатка
 - Принципу рекламного обоснования
 - Принципу перевернутой пирамиды
6. Допустимо ли использование контактных данных компании при написании пресс-релиза?
 - Да - Нет - Не более одного контакта
7. Функция заголовка в пресс-релизе
 - Заголовок в пресс-релизе должен обязательно содержать цифры или проценты
 - Заголовок в пресс-релизе должен привлекать внимание, пересказывание сути не требуется
 - Заголовок в пресс-релизе должен кратко пересказывать суть всего текста
8. Стандартный объем пресс-релиза для Интернета
 - до 3 тысяч знаков
 - 3-5 тысяч знаков
 - 5-8 тысяч знаков
9. Что необходимо для написания пресс-релиза?
 - Информационный повод
 - Наличие в штате более 20 сотрудников
 - Нотариальное заверение о произошедшем факте
 - Сайт компании
- 10 Как называется первый абзац пресс-релиза?
 - Лид - Ввод - Кегль - Альфа-абзац
11. Допускается ли использование прямой речи в пресс-релизах?
 - Только в неофициальных - Нет - Да

Образец: Суммативное оценивание, модуль 7

| | | |
|----|--|----------------------------|
| 1 | Деятельность какого оратора является вершиной развития ораторского искусства в Древнем Риме? а) Демосфена; б) Цицерона; в) Плутарха. | 0 1 |
| 2 | Речь, в которой употребляются общепонятные слова в точных значениях и правильные сочетания слов называется (нужное подчеркнуть): ясная, выразительная, правильная, убедительная. | 0 1 |
| 3 | Какова цель брифинга? а) дать объяснение происшедшему, его причинам; б) обсудить с журналистами текущие события; в) рассказать о планируемых мероприятиях в связи с каким-то праздником. | 0 1 |
| 4 | В чем видел смысл Аристотель, говоря о риторике? а) возможность каждого активно влиять на отношения, добиваться изменения первоначальных представлений о ком или чем-либо; б) находить возможные способы влияния на общественность с целью получения желаемого результата; в) находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета. | 0 1 |
| 5 | Речь, в которой точно соблюдаются грамматические и лексические нормы языка, называется (нужное подчеркнуть): ясная, выразительная, правильная, убедительная. | 0 1 |
| 6 | Пресс-конференция – это... а) встреча представителя организации с журналистами; б) инструктаж; в) процесс обсуждения проблемы. | 0 1 |
| 7 | Подчеркните наименование традиционных риторических дисциплин: эристика, лингвистическая теория аргументации, исследование коммуникации, структурная поэтика, диалектика и софистика. | 0 1 4 |
| 8 | Подчеркните наименование дисциплин неориторического цикла: эристика, лингвистическая теория аргументации, диалектика, софистика, исследование коммуникации и общая семантика. | 0 1 3 |
| 9 | Выпишите из перечисленного ниже основные блоки структуры текста или речи <i>Нахождение или изобретение материала речи или текста; заглавие, вступление; определение темы и подразделения ее; изложение; расположение или композиция материала; словесное выражение или дикция; память, запоминание; отступление или дигрессия, экскурс; аргументация и опровержение; заключение; исполнение, произнесение.</i> | 0 1 2 3 4 5 |
| | 1. | |
| | 2. | |
| | 3. | |
| | 4. | |
| | 5. | |
| 10 | Выпишите из перечисленного ниже части (каноны) риторической разработки речи <i>Нахождение или изобретение материала речи или текста; заглавие, вступление; определение темы и подразделения ее; изложение; расположение или композиция материала; словесное выражение или дикция; память, запоминание; отступление или дигрессия, экскурс; аргументация и опровержение; заключение; исполнение, произнесение.</i> | 0 1 2 3 4 5 |
| | 1. | |
| | 2. | |

| | | |
|----|--|--|
| 3. | | |
| 4. | | |
| 5. | | |

Всего 23 б.

Образец: Суммативное оценивание, модуль 8

| 1 | Какие формы общения существуют? 1. Межличностное. 2. Деловое. 3. Публичное выступление. 4. Общение через электронные средства. 5. Общение с друзьями и близкими. | 0 1 2 3 | | | | | | | | | | | | |
|---|---|----------------------------|---------|---|-------------------------|---|-------------------------|---|--------------------------|---|------------------------|---|----------------|--|
| 2 | Выделите механизмы поддержания хороших отношений между PR-службами и СМИ: 1) Взаимный контроль; 2) Гарантии; 3) Доверие; 4) Сетевые организации; | 0 1 2 | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Способы воздействия партнеров друг на друга? 1. Заражение 2. Внушение 3. Убеждение 4. Эмпатия 5. Подражание. | 0 1 2 3 | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Выделите основные принципы взаимодействия PR-служб со СМИ: 1) Позитивность; 2) Обязательство; 3) Обмен взаимоотношениями; 4) Доступ. | 0 1 2 | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Установите соответствие между понятиями и определениями, к которым они относятся: к каждому элементу, данному в первом столбце, подберите элемент из второго столбца. | 0 1 2 3 4 5 | | | | | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Определения</th> <th>Понятия</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А) материал, представляющий необходимую информацию о профиле работы орг-ции, ее продуктах и услугах, истории создания и развития и др.;</td> <td>1) Заявление для прессы</td> </tr> <tr> <td>Б) информационный документ предназначен для случаев, когда руководство организаций, публичные политики или общественные деятели хотят публично высказать свою позицию по той или иной теме;</td> <td>2) Биография</td> </tr> <tr> <td>В) материал занимает 1-2 страницы и используется в основном для сведений, содержащих большое количество финансовой и технической информации, графиков и таблиц;</td> <td>3) Информационное письмо</td> </tr> <tr> <td>Г) основная фактическая информация о конкретном человеке;</td> <td>4) Фактическая справка</td> </tr> <tr> <td>Д) основной PR-документ во взаимодействии со СМИ.</td> <td>5) Пресс-релиз</td> </tr> </tbody> </table> | Определения | Понятия | А) материал, представляющий необходимую информацию о профиле работы орг-ции, ее продуктах и услугах, истории создания и развития и др.; | 1) Заявление для прессы | Б) информационный документ предназначен для случаев, когда руководство организаций, публичные политики или общественные деятели хотят публично высказать свою позицию по той или иной теме; | 2) Биография | В) материал занимает 1-2 страницы и используется в основном для сведений, содержащих большое количество финансовой и технической информации, графиков и таблиц; | 3) Информационное письмо | Г) основная фактическая информация о конкретном человеке; | 4) Фактическая справка | Д) основной PR-документ во взаимодействии со СМИ. | 5) Пресс-релиз | |
| Определения | Понятия | | | | | | | | | | | | | |
| А) материал, представляющий необходимую информацию о профиле работы орг-ции, ее продуктах и услугах, истории создания и развития и др.; | 1) Заявление для прессы | | | | | | | | | | | | | |
| Б) информационный документ предназначен для случаев, когда руководство организаций, публичные политики или общественные деятели хотят публично высказать свою позицию по той или иной теме; | 2) Биография | | | | | | | | | | | | | |
| В) материал занимает 1-2 страницы и используется в основном для сведений, содержащих большое количество финансовой и технической информации, графиков и таблиц; | 3) Информационное письмо | | | | | | | | | | | | | |
| Г) основная фактическая информация о конкретном человеке; | 4) Фактическая справка | | | | | | | | | | | | | |
| Д) основной PR-документ во взаимодействии со СМИ. | 5) Пресс-релиз | | | | | | | | | | | | | |
| | Запишите в ответ цифры, расположив их в порядке, соответствующем буквам. | | | | | | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>А</th> <th>Б</th> <th>В</th> <th>Г</th> <th>Д</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | А | Б | В | Г | Д | | | | | | | | |
| А | Б | В | Г | Д | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Установите соответствие между понятиями и определениями, к которым они относятся: к каждому элементу, данному в первом столбце, подберите элемент из второго столбца. | 0 1 2 3 4 5 | | | | | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Определение</th> <th>Понятие</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А) одна из наиболее распространенных форм подачи материала в СМИ;</td> <td>1) Пресс-кит</td> </tr> <tr> <td>Б) один из главных документов по PR, так как он аккумулирует в себе несколько видов PR-материалов;</td> <td>2) Занимательная статья</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3) Случай из жизни</td> </tr> <tr> <td></td> <td>4) Авторская статья</td> </tr> </tbody> </table> | Определение | Понятие | А) одна из наиболее распространенных форм подачи материала в СМИ; | 1) Пресс-кит | Б) один из главных документов по PR, так как он аккумулирует в себе несколько видов PR-материалов; | 2) Занимательная статья | | 3) Случай из жизни | | 4) Авторская статья | | | |
| Определение | Понятие | | | | | | | | | | | | | |
| А) одна из наиболее распространенных форм подачи материала в СМИ; | 1) Пресс-кит | | | | | | | | | | | | | |
| Б) один из главных документов по PR, так как он аккумулирует в себе несколько видов PR-материалов; | 2) Занимательная статья | | | | | | | | | | | | | |
| | 3) Случай из жизни | | | | | | | | | | | | | |
| | 4) Авторская статья | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|------|---|---|---|--|--|--|--|--|-------------|--|
| | <p>В) материал развлекательного плана, связанный с деятельностью организации, кот. готовится с целью его возможной публикации в СМИ;</p> <p>Г) материал используется для рассказа о благоприятном использовании потребителем продукта или услуги или о разрешении проблемной ситуации;</p> <p>Д) материал готовится PR-специалистом и представляется в СМИ за подписью руководителя;</p> <p>Запишите в ответ цифры, расположив их в порядке, соответствующем буквам.</p> <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> <td>Д</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> | А | Б | В | Г | Д | | | | | | 5) Интервью | |
| А | Б | В | Г | Д | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |
| 7. | <p>Напишите структурированное эссе раскрывая один из принципов светской беседы</p> <p>Принципы: продемонстрировать неподдельный интерес, задавайте открытые вопросы, никогда не общайтесь о чем-то чересчур личном, практикуйте активное слушание, отложите телефон.</p> | | 0-12 | | | | | | | | | | |

Всего 55 б.


| Материалы для индивидуального изучения | Продукты для разработки | Методы оценивания |
|---|---|--|
| 5. Риторика в официальных отношениях с общественностью | | |
| 5.1 Подготовка и осуществление выступления | 6. Публичное выступление (свободная тема) Обеспечение публичного выступления соблюдая структуру, выбирая форму представления, избегая ловушек в общении. | Презентация публичного выступления - устно |
| 6. Отношения со СМИ | | |
| 6.1 Пресс-релиз | 7. Пресс-релиз Написание пресс-релиза на свободную тему | Презентация пресс-релиза - письменно |

2.5. Образец экзаменационных материалов по дисциплине

| Колледж им. Михаила Чакира, Комрат | | |
|---|--|-------------------------------------|
| ФИ студента | | |
| Группа | 4520 | |
| Специальность | 41510 «Servicii administrative și de secretariat» | |
| Дисциплина | Protocol și relații cu publicul | |
| Экзаменационная работа Вариант II. | | |
| Раздел I. | | 196. |
| № | Задание | Б |
| 1 | <p>А. Внимательно прочитайте утверждение и обведите правильный вариант</p> <p>Основа деятельности PR сводится к так называемой...</p> <p>а) теории слушания; б) теории восприятия; в) теории общения.</p> <p>Б. Какая из функций PR предполагает консультации по организации и развитию отношений с общественностью, разработку форм сотрудничества, разных программ и компаний ПР?</p> <p>а) организационно-технологическая; б) консультативно-методическая;</p> | <p>0</p> <p>1</p> <p>0</p> <p>1</p> |

| | | |
|-------------------|---|--|
| | в) информационно-консультативная. | |
| 2 | <p>Внимательно прочитайте утверждение и обведите правильный вариант</p> <p>А. Публичная демонстрация достижений в области материальной и духовной деятельности человека – это...</p> <p>а) ярмарка; б) аукцион; в) выставка.</p> <p>Б. Охрана частной жизни лица включает:</p> <p>а. право на свободу и личную неприкосновенность;</p> <p>б. право на участие лица в процедуре принятия решений в качестве равной стороны;</p> <p>в. право на защиту;</p> <p>г. право на контроль и исправление неадекватных, неверных, неполных и др. данных;</p> <p>д. право на обращение в судебные инстанции.</p> <p>В. Поставщиками информации, то есть лицами, владеющими официальной информацией и обязанными предоставлять ее лицам, запрашивающим информацию, в соответствии с настоящим законом являются:</p> <p>а) центральные и местные органы публичной власти;</p> <p>б) центральные и местные публичные учреждения;</p> <p>с) граждане РМ.</p> | <p>0</p> <p>1</p> <p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> |
| 3 | <p>Внимательно прочитайте вопрос и обведите правильный ответ</p> <p>А. Как называется ситуация, когда принимаемые решения ввиду их прогнозируемой непопулярности грозят ухудшением имиджа компании?</p> <p>а) ситуацию «непреднамеренного банкротства»; б) ситуацию «вероятного дискомфорта»;</p> <p>в) ситуацию «вероятного провала»; г) ситуацию «непреднамеренного провала».</p> <p>Б. Фундаментальные принципы административной этики:</p> <p>а. безусловная исполнительность;</p> <p>б. бюрократизм;</p> <p>в. гуманизм;</p> <p>г. законность.</p> | <p>0</p> <p>1</p> <p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> |
| 4 | <p>Внимательно прочитайте вопрос и обведите правильный ответ</p> <p>А. Деятельность какого оратора является вершиной развития ораторского искусства в Древнем Риме?</p> <p>а) Демосфена; б) Цицерона; в) Плутарха.</p> <p>Б. Речь, в которой употребляются общепонятные слова в точных значениях и правильные сочетания слов называется (нужное подчеркнуть): ясная, выразительная, правильная, убедительная.</p> <p>В. Способы воздействия партнеров друг на друга?</p> <p>1. Заражение 2. Внушение 3. Убеждение</p> <p>4. Эмпатия 5. Подражание.</p> | <p>0</p> <p>1</p> <p>0</p> <p>1</p> <p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> |
| 5 | <p>А. Внимательно прочитайте вопрос и обведите правильный ответ</p> <p>Какова цель брифинга?</p> <p>а) дать объяснение происшедшему, его причинам;</p> <p>б) обсудить с журналистами текущие события;</p> <p>в) рассказать о планируемых мероприятиях в связи с каким-то праздником.</p> <p>Б. Выделите основные принципы взаимодействия PR-служб со СМИ:</p> <p>1) Позитивность; 2) Обязательство;</p> <p>3) Обмен взаимоотношениями; 4) Доступ.</p> | <p>0</p> <p>1</p> <p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> |
| Раздел II. | | 196. |
| 6 | <p>Закончите фразу со слов древних:</p> <p>«Протокол – _____»</p> | <p>0</p> <p>1</p> |

| | <p>Продолжите фразу: «Коммуникация достигает максимальной эффективности, если...»</p> <p>а) требует минимум усилий со стороны целевой аудитории; б) использует традиционные каналы передачи информации; в) постоянно повторяется.</p> | 0 1 | | | | | | | | | | | | |
|--|---|-------------|---------|---|--------------|--|-------------------------|--|--------------------|--|---------------------|--|-------------|----------------------------|
| 7 | <p>Верны ли суждения о коммуникациях в местном публичном управлении (обведите в кружок правильный вариант ответа):</p> <p>А. Коммуникация внутри организации включает в себя инструктирование, информацию, обучение, менеджмент методом разговоров. Б. Индивидуальная репутация — это то, что люди думают и говорят об организации, ее продукции/услугах, а также поведение этих людей. 1.Верно только А 2.Верно только Б 3.Верны оба суждения 4.Оба суждения неверны</p> | 0 1 2 | | | | | | | | | | | | |
| 8 | <p>Верны ли следующие суждения? (обведите в кружок правильный вариант ответа):</p> <p>А. Индивидуальный имидж— это обобщённая характеристика всей совокупности работников организации. Б. «Имидж – это не что иное, как специально сконструированный психологический образ, создаваемый с вполне определенными целями». 1.Верно только А 2.Верно только Б 3.Верны оба суждения 4.Оба суждения неверны</p> | 0 1 2 | | | | | | | | | | | | |
| 9 | <p>Выделите верные правила рассадки за столом (обведите в кружок правильные варианты ответов):</p> <p>А) первыми к еде приступают хозяйка дома и гости; Б) мужчина за столом беседует с дамой справа, оказывая ей знаки внимания; В) мужа с женой сажают обязательно рядом; Г) мужчина садятся справа от хозяев, а женщины слева.</p> | 0 1 2 | | | | | | | | | | | | |
| 10 | <p>Установите соответствие между понятиями и определениями, к которым они относятся: к каждому элементу, данному в первом столбце, подберите элемент из второго столбца.</p> <table border="1" data-bbox="300 1330 1410 1966"> <thead> <tr> <th>Определение</th> <th>Понятие</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А) одна из наиболее распространенных форм подачи материала в СМИ;</td> <td>1) Пресс-кит</td> </tr> <tr> <td>Б) один из главных документов по PR, так как он аккумулирует в себе несколько видов PR-материалов;</td> <td>2) Занимательная статья</td> </tr> <tr> <td>В) материал развлекательного плана, связанный с деятельностью организации, который готовится с целью его возможной публикации в СМИ;</td> <td>3) Случай из жизни</td> </tr> <tr> <td>Г) материал используется для рассказа о благоприятном использовании потребителем продукта или услуги или о разрешении проблемной ситуации;</td> <td>4) Авторская статья</td> </tr> <tr> <td>Д) материал готовится PR-специалистом и представляется в СМИ за подписью руководителя;</td> <td>5) Интервью</td> </tr> </tbody> </table> <p>Запишите в ответ цифры, расположив их в порядке, соответствующем буквам.</p> | Определение | Понятие | А) одна из наиболее распространенных форм подачи материала в СМИ; | 1) Пресс-кит | Б) один из главных документов по PR, так как он аккумулирует в себе несколько видов PR-материалов; | 2) Занимательная статья | В) материал развлекательного плана, связанный с деятельностью организации, который готовится с целью его возможной публикации в СМИ; | 3) Случай из жизни | Г) материал используется для рассказа о благоприятном использовании потребителем продукта или услуги или о разрешении проблемной ситуации; | 4) Авторская статья | Д) материал готовится PR-специалистом и представляется в СМИ за подписью руководителя; | 5) Интервью | 0 1 2 3 4 5 |
| Определение | Понятие | | | | | | | | | | | | | |
| А) одна из наиболее распространенных форм подачи материала в СМИ; | 1) Пресс-кит | | | | | | | | | | | | | |
| Б) один из главных документов по PR, так как он аккумулирует в себе несколько видов PR-материалов; | 2) Занимательная статья | | | | | | | | | | | | | |
| В) материал развлекательного плана, связанный с деятельностью организации, который готовится с целью его возможной публикации в СМИ; | 3) Случай из жизни | | | | | | | | | | | | | |
| Г) материал используется для рассказа о благоприятном использовании потребителем продукта или услуги или о разрешении проблемной ситуации; | 4) Авторская статья | | | | | | | | | | | | | |
| Д) материал готовится PR-специалистом и представляется в СМИ за подписью руководителя; | 5) Интервью | | | | | | | | | | | | | |

| | А | Б | В | Г | Д | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|-----------------------|-------------------|--------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|---|-----------------------------------|--------------------------------|--|--|---|--|---|--|---|---|---|---|---|---|--|--|--|--|--|--|---------------------------------|
| 11 | <p>Установите соответствие между видами и элементами коммуникации. К каждому элементу, данному в первом столбце, подберите элемент из второго столбца.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Элементы коммуникаций</th> <th>Виды коммуникаций</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А) Должностные инструкции и приказы;</td> <td>1) Восходящие коммуникации</td> </tr> <tr> <td>Б) Координация работы отделов;</td> <td>2) Нисходящие коммуникации</td> </tr> <tr> <td>В) Процедуры и различные правила;</td> <td>3) Горизонтальные коммуникации</td> </tr> <tr> <td>Г) Предложения по улучшению чего-либо;</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Д) Рекомендации сотрудникам линейных отделов;</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Е) Финансовая и бухгалтерская информация.</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Запишите в ответ цифры, расположив их в порядке, соответствующем буквам</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>А</th> <th>Б</th> <th>В</th> <th>Г</th> <th>Д</th> <th>Е</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | | | | | Элементы коммуникаций | Виды коммуникаций | А) Должностные инструкции и приказы; | 1) Восходящие коммуникации | Б) Координация работы отделов; | 2) Нисходящие коммуникации | В) Процедуры и различные правила; | 3) Горизонтальные коммуникации | Г) Предложения по улучшению чего-либо; | | Д) Рекомендации сотрудникам линейных отделов; | | Е) Финансовая и бухгалтерская информация. | | А | Б | В | Г | Д | Е | | | | | | | 0 1 2 3 4 5 6 |
| Элементы коммуникаций | Виды коммуникаций | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| А) Должностные инструкции и приказы; | 1) Восходящие коммуникации | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Б) Координация работы отделов; | 2) Нисходящие коммуникации | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| В) Процедуры и различные правила; | 3) Горизонтальные коммуникации | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Г) Предложения по улучшению чего-либо; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Д) Рекомендации сотрудникам линейных отделов; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Е) Финансовая и бухгалтерская информация. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| А | Б | В | Г | Д | Е | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Раздел III. 276. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | <p>А. Из приведенных примеров выберите и обведите в кружок те, которые соответствуют этическим <u>запретам</u> в процессе телефонного разговора. А. «Простите, представьтесь пожалуйста»; В. «Иванова нет на месте, не знаю, где он!» Б. «Петрова сейчас нет. Чем я могу вам помочь?» Г. «Простите это ООО?» Б. Выпишите из перечисленного ниже части (каноны) риторической разработки речи <i>Нахождение или изобретение материала речи или текста; заглавие, вступление; определение темы и подразделения ее; изложение; расположение или композиция материала; словесное выражение или дикция; память, запоминание; отступление или дигрессия, экскурс; аргументация и опровержение; заключение; исполнение, произнесение.</i></p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>1.</td></tr> <tr><td>2.</td></tr> <tr><td>3.</td></tr> <tr><td>4.</td></tr> <tr><td>5.</td></tr> </tbody> </table> | | | | | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 0 1 2 0 1 2 3 4 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | <p>Опишите какую этикетную ошибку допустили мальчики?</p>  <table border="1"> <tbody> <tr><td>_____</td></tr> <tr><td>_____</td></tr> <tr><td>_____</td></tr> <tr><td>_____</td></tr> <tr><td>_____</td></tr> </tbody> </table> | | | | | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | 0 1 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|--|--|--|--|--|--|
| 14 | <p>А. Внимательно прочитайте и перечислите критерии формирования имиджа органов исполнительной власти:</p> <p>а) _____;</p> <p>б) _____;</p> <p>в) _____.</p> <p>Б. Перечислите основные цели и составляющие PR:</p> <p>а) _____;</p> <p>б) _____;</p> <p>в) _____.</p> | <p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> | | | | | | | | | | |
| 15 | <p>Прочитайте приведенный ниже текст, в котором пропущен ряд слов. Выберите из предлагаемого списка слова, которые необходимо вставить на место пропусков, впишите буквенное значение пропущенного слова в таблицу</p> <p>Говоря о становлении PR в Великобритании, следует отметить, что в 1809 году Британское казначейство впервые назначило своего _____ (А). Спустя почти полвека в 1854 году Министерство почт Великобритании составило свой первый в истории годовой отчет, где доступно объяснил _____ (Б) свою необходимость.</p> <p>В 1912 году к власти Британии приходит правительство, где канцлером казначейства был назначен Ллойд Джордж, именно при нём была организована первая группа общественных лекторов, чьей задачей являлось разъяснение обществу схем пенсионного обеспечения.</p> <p>В течение 6 лет (1926-1933 гг.) в Британии происходила одна из крупнейших PR-акций. Её автором является Стефан Таллейтс; по поручению _____ (В) по маркетингу им была проведена крупнейшая акция, стоимостью в 1 миллион фунтов стерлингов, целью которой являлось формирование _____ (Г) к отечественной продукции.</p> <p>Слова в списке даны в именительном падеже. Каждое слово может быть использовано только один раз. Выбирайте последовательно одно слово за другим, мысленно заполняя каждый пропуск. Обратите внимание на то, что в списке слов больше, чем Вам потребуется для заполнения пропусков.</p> <p>Список терминов: 1) общественность, 2) положительное отношение, 3) пресс-секретарь, 4) правительства, 5) имперский совет.</p> <table border="1" data-bbox="300 1326 1098 1402"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | | | | <p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| 16 | <p>Прочитайте текст и выполните задания.</p> <p>Основная цель осуществления PR — деятельности в организации — создание благоприятных для ее успешного функционирования внешней и внутренней среды, обеспечение необходимого поведения этой среды в отношении данной организации.</p> <p><i>PR</i> — это продуманные, спланированные и постоянные усилия, имеющие цель установить и поддерживать взаимопонимание между организацией и ее общественностью.</p> <p><i>PR</i> — функция менеджмента, которая оценивает отношение общественности, приводит политику и действия человека или организации в соответствие с интересами общественности, планирует и претворяет в жизнь программу действий для того, чтобы завоевать понимание общественности и быть ею принятым.</p> <p><i>PR</i> — это особая функция управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и ее общественностью; способствует решению различных проблем и задач; помогает руководству организации быть информированным об общественном мнении и вовремя реагировать на него; определяет и делает</p> | | | | | | | | | | | |

| | |
|---|-----------|
| <p><i>особый упор на главной задаче руководства компании — служить интересам общественности; помогает руководству быть готовым к любым переменам и использовать их по возможности наиболее эффективно, выполняя роль "системы раннего оповещения" об опасности и помогая справиться с нежелательными тенденциями; использует исследования и открытое, основанное на этических нормах общение в качестве основных средств деятельности.</i></p> <p>1. Дайте определение PR-деятельности в организации</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>2. Дайте описание предмета и сущности связей с общественностью</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> | 0 |
| | 1 |
| | 2 |
| | 3 |
| | 4 |
| | 0 |
| | 1 |
| | 2 |
| | 3 |
| | 4 |
| Всего (баллов) | |
| | 72 |

| | | | |
|---|---|--|------------------------------|
| Колледж им. Михаила Чакира, Комрат | | | |
| Группа 4520 | | | |
| Специальность | 41510 «Servicii administrative și de secretariat» | | |
| Дисциплина | Protocol și relații cu publicul | | |
| КОРЕКТИРУЮЩИЙ БАРЕМ | | | |
| Вариант II. | | | |
| Раздел I. | | | |
| № | Правильный/ возможный ответ | Способ присвоения баллов | Макс. за задани е |
| 1 | А. в) теории общения Б. б) консультативно-методическая | 0 б. – за ошибочный ответ/ отсутствие ответа; по 1 б. – за каждый правильный ответ. | 2 балла |
| 2 | А. в) выставка Б. б) право на участие лица в процедуре принятия решений в качестве равной; г) право на контроль и исправление неадекватных, неверных, неполных и др. данных; д) право на обращение в суд. инстанции. В. а) центральные и местные органы публичной власти; б) центральные и местные публичные учреждения; | 0 б. – за ошибочный ответ/ отсутствие ответа; по 1б. – за выбор каждого верного ответа. | 6 баллов |

| | | | | | | | | |
|--------------------|--|---|---|---|---|---|--|-------------|
| 3 | А. б) ситуацию «вероятного дискомфорта» Б. в) гуманизм; г) законность. | | | | | 0 б. – за ошибочный ответ/ отсутствие ответа; по 1 б. – за каждый правильный ответ. | 3 балла | |
| 4 | А. б) Цицерона Б. Ясная В. 1. Заражение; 2. Внушение; 3. Убеждение. | | | | | 0 б. – за ошибочный ответ/ отсутствие ответа; по 1 б. – за каждый верный ответ. | 5 баллов | |
| 5 | А. а) дать объяснение происшедшему, его причинам Б. 2) Обязательство; 3) Обмен взаимоотношениями; | | | | | 0 б. – за ошибочный ответ/ отсутствие ответа; по 1 б. – за каждый правильный ответ. | 3 балла | |
| Раздел II. | | | | | | | | |
| 6 | - это фимиам дружбы! в) постоянно повторяется | | | | | 0 б. – за ошибочный ответ/ отсутствие ответа; по 1 б. – за каждый верный ответ. | 2 балла | |
| 7 | 1.Верно только А | | | | | 0 б. – за ошибочный ответ/ отсутствие ответа; 1б. – за указание одного верного утверждения; 2 б. – за указание обоих верных утверждений. | 2 балла | |
| 8 | 2.Верно только Б | | | | | 0 б. – за ошибочный ответ/ отсутствие ответа; 1б. – за указание одного верного утверждения; 2 б. – за указание обоих верных утверждений. | 2 балла | |
| 9 | А) первыми к еде приступают хозяйка дома и гости; Б) мужчина за столом беседует с дамой справа, оказывая ей знаки внимания; | | | | | 0 б. – за ошибочный ответ/ отсутствие ответа; 2 б. – за каждый правильный ответ. | 2 балла | |
| 10 | А | Б | В | Г | Д | 0 б. – за ошибочный ответ/ отсутствие ответа; по 1б. – за каждое верное соответствие. | 5 баллов | |
| | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | | | |
| 11 | А | Б | В | Г | Д | Е | 0 б. – за ошибочный ответ/ отсутствие ответа; по 1б. – за каждое верное соответствие. | 6 баллов |
| | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | | |
| Раздел III. | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--------|---|---|------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|--|---------|
| 1 2 | <p>А.</p> <p>В. «Иванова нет на месте, не знаю, где он!»</p> <p>Г. «Простите это ООО..?»</p> <p>Б. 1. Нахождение или изобретение материала речи или текста 2. Расположение или композиция материала 3. Словесное выражение или дикция 4. Память, запоминание 5. Исполнение, произнесение</p> | <p>0 б. – за ошибочный ответ/отсутствие ответа; по 1б. – за выбор каждого правильного элемента.</p> | 7 баллов | | | | | | | | | | |
| 1 3 | <p>Мальчики подают руки друг другу в варежках.</p> | <p>0 б. – за ошибочный ответ/отсутствие ответа; 1б. – за верный ответ. 1б. – аргумент.</p> | 2 балла | | | | | | | | | | |
| 1 4 | <p>А. – влияние на «внешний» имидж государственной власти; – влияние на «внутренний» имидж государственной власти; – организация компетентной и содержательной обратной связи; – организация оперативной обратной связи</p> <p>Б. Целью деятельности PR организации является обеспечение благоприятного поведения общественности по отношению к ней.</p> <p>1. Анализ 2. Оценка 3. Планирование 4. Коммуникация</p> | <p>0 б. – за ошибочный ответ/отсутствие ответа; по 1б. – за написание каждого правильного элемента.</p> | 6 баллов | | | | | | | | | | |
| 1 5 | <table border="1" data-bbox="300 1352 687 1429"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>-</td> <td>Г</td> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> </table> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | - | Г | А | Б | В | <p>0 б. – за ошибочный ответ/отсутствие ответа; по 1б. – за каждый верно подобранный пропуск в тексте.</p> | 4 балла |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | | | | | | | |
| - | Г | А | Б | В | | | | | | | | | |
| 1 6 | <p>Вероятные ответы:</p> <p>1. Под PR-деятельностью понимается управленческая деятельность, которая направлена на установление взаимовыгодных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех этой организации.</p> <p>2. Связи с общественностью - профессиональная деятельность, касающаяся формирования положительного общественного мнения относительно продукции фирмы путем организации презентаций, семинаров, публикаций в прессе и т.п.</p> | <p>0 б. – за ошибочный ответ/отсутствие ответа; от 1-го до 4-х б. в зависимости от наиболее полного ответа;</p> <p>0 б. – за ошибочный ответ/отсутствие ответа; от 1-го до 4-х б. в зависимости от наиболее полного ответа;</p> | 4 балла 4 балла | | | | | | | | | | |

| | | |
|---|--|--|
| <p>Пиар обеспечивает: 1) любые методы и формы для улучшения взаимопонимания во внутренней среде орг. 2) процесс формирования общественного лица предприятия 3) система мер на расширение сфер влияния за счет пропаганды.</p> | | |
|---|--|--|

Шкала оценивания:

| | | | | | | | | | |
|----------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Отметка | «10» | «9» | «8» | «7» | «6» | «5» | «4» | «3» | «2-1» |
| Проценты | 100-95 | 94-88 | 87-78 | 77-63 | 62-48 | 47-33 | 32-21 | 20-10 | 9-0 |
| Баллы | 75-72 | 71-66 | 65-58 | 57-47 | 46-36 | 35-25 | 24-16 | 15-8 | 7-0 |

ЦЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ

| Единицы компетенций | Знания | Навыки | Раздел, итем |
|--|--|--|------------------------|
| СК1. Практическое применение ценностей и принципов этических кодексов | | | |
| ЕК 1.1 Проблема ценностных суждений относительно связей с общественностью, основатели концепции современных связей с общественностью; | 31. Узнать основоположников современных общественных отношений. | Н1. Продемонстрировать знаменательные моменты в истории общественных отношений. | Р1И1 Р3И15 |
| СК2. Правильное использование нормативной базы в отношении рассматриваемой дисциплины | | | |
| ЕК 2.1 Отчетность о ценностях, изученных при ожидаемой профессиональной деятельности; ЕК 2.2 Определение норм, предписанных для написания и разработки сообщений; | 32. Определить предмет и сущность протокола и связей с общественностью. 33. Описать принципы и ценности в общественных отношениях. | Н2. Вывести характерные особенности протокола и связей с общественностью. Н3. Продемонстрировать Элементы процесса связей с общественностью. | Р1И5 Р2И11 Р2И10 |
| СК3. Эффективное общение внутри и вне учреждения | | | |
| ЕК 3.1 Оценка типов и функций общения в деятельности органов местного публичного управления; | 34. Описать функции и историю возникновения государственных протокольных служб 35. Объяснить роль и функции коммуникации в рамках местного публичного управления. | Н4. Подразделять обязанности специалиста по связям с общественностью в МПУ. Н5. Классифицировать протокольные мероприятия: формат проведения, общая характеристика. | Р1И6 Р2И7 Р3И16 |

| СК4. Использование ограничений поведения в официальных отношениях с общественностью | | | |
|---|--|---|--|
| ЕК 4.1 Пример факторов, влияющих на прозрачность принятия решений в рамках местного публичного управления; | 36. Перечислить национальную правовую базу и международные стандарты в отношении прозрачности в процессе принятия решений. | Н6. Истолковать трудности в применении законодательства о прозрачности принятия решений в местном публичном управлении. | Р1И2 Р3И14 |
| СК5. Включение в командную деятельность | | | |
| ЕК 5.1 Оценка аспектов, обуславливающих имидж государственного органа; ЕК 5.2 Адаптация личного поведения к требованиям профессионального поведения; | 37. Описать характеристику имиджа учреждения и его составные части. 38. Перечислить стандарты и составляющие профессиональной этики PR-деятельности (корпоративная идентичность, брэнд, репутация и др.) 39. Описать поведение человека и его мотивацию. | Н7. Показать правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью. Н8. Проанализировать эффективность PR-деятельности государственных учреждений. Н9. Продемонстрировать порядок и правила приветствия: этикет, мимика, рукопожатие и др. | Р1И3 Р2И8 Р2И9 Р3И13 Р3И14 |
| СК6. Написание различных сообщений | | | |
| ЕК 6.1 Применение принципов, регулирующих публичное представление речи; | 310. Обозначить полезные рекомендации для хорошего докладчика – риторика. 311. Назвать стили речи, принципы и качества стиля. | Н10. Классифицировать основные правила разговора. Н11. Подготовить, разработать речь (публичное выступление). | Р1И4 Р2И12 |

МАТРИЦА СПЕЦИФИКАЦИЙ

| Когнитивные области | | Знание, понимание | Применение, анализ | Синтез, оценка | Итого заданий |
|---|------------------------|----------------------|-----------------------|-------------------|------------------|
| Дидактические модули | | | | | |
| | Кол-во часов / % | 30% | 30% | 40% | |
| Модуль I. Происхождение и становление общественных отношений | 4 6.7 | - | 1 | 1 | 2 |
| Модуль II. Протокол и связи с общественностью | 8 13.3 | 1 | 1 | - | 2 |
| Модуль III. Структура и роль службы PR в деятельности органов местного публичного управления | 16 26.7 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| Модуль IV. Транспарентность в местном публичном управлении | 8 13.3 | - | - | 1 | 1 |
| Модуль V. Формирование имиджа государственной власти | 4 6.7 | 1 | 1 | - | 2 |
| Модуль VI. Поведение в официальных отношениях с общественностью | 4 6.7 | - | 1 | 1 | 2 |
| Модуль VII. Риторика в официальных отношениях с общественностью | 10 16.6 | 1 | - | 1 | 2 |
| Модуль VIII. Отношения со СМИ | 6 10.0 | 1 | 1 | - | 2 |
| Итого | 60 100% | 5 | 6 | 5 | |

Представленный системный комплекс всех уровней оценивания, является логическим итогом освоения дисциплины. Матрица спецификаций и экзаменационные материалы позволяют верифицировать достижение всех заложенных образовательных целей. Пройденный путь через восемь учебных модулей позволил учащимся трансформировать теоретические знания в устойчивый фундамент профессионализма, что нашло отражение в формировании и усвоении шести ключевых компетенций.

Изучение истории PR, этикета и риторики (Модули 1, 6, 7) заложило основу для СК1, позволив учащимся не просто знать, а осознанно применять ценности этических кодексов в публичном пространстве. Работа с нормативно-правовой базой в рамках модулей, посвященных транспарентности и структуре МПУ (Модули 3, 4), обеспечила достижение СК2, гарантируя корректное использование законодательства РМ в будущей деятельности.

Навыки эффективного общения (СК3) и понимание ограничений в официальном поведении (СК4) стали результатом глубокого погружения в вопросы протокола и поведения в официальных отношениях (Модули 2, 6). Студенты научились балансировать между открытостью власти и строгим соблюдением служебной дистанции. Модуль, посвященный имиджу государственной власти (Модуль 5), способствовал развитию СК5, акцентируя внимание на том, что создание репутации учреждения — это всегда результат слаженной командной деятельности.

Наконец, освоение технологий взаимодействия со СМИ и основ риторики (Модули 7, 8) позволило достичь СК6, вооружив будущих специалистов навыками написания профессиональных текстов, от пресс-релизов до официальных докладов.

Таким образом, предложенная методика обучения превращает дисциплину «Protocol și relații cu publicul» из набора инструкций в живой инструмент управления. Представленные критерии оценки и корректирующий барем обеспечивают прозрачность этого процесса, подтверждая, что выпускник колледжа готов к выполнению сложных коммуникационных задач на высоком профессиональном уровне, соответствующем современным требованиям государственного управления.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях стремительной трансформации общества и цифровизации публичной сферы, профессионализм административного работника перестал ограничиваться техническим исполнением функций. Сегодня это глубокое понимание этики, права и технологий социального взаимодействия.

В ходе изучения материала, представленного в двух главах, была выстроена четкая образовательная траектория. Первая глава заложила прочный правовой фундамент, базирующийся на Конституции Республики Молдова, законах «О доступе к информации» и «О прозрачности процесса принятия решений». Знание этой нормативной базы позволяет будущему специалисту действовать в строго правовом поле, обеспечивая демократический характер отношений между властью и гражданином.

Вторая глава перевела теоретические постулаты в плоскость практического мастерства. Через призму восьми учебных модулей были детально рассмотрены все грани профессии: от дипломатического протокола и риторики до специфики работы с масс-медиа (Media Relations). Особое внимание уделялось формированию шести профессиональных компетенций (СК1–СК6), которые превращают выпускника колледжа в универсального коммуникатора, способного эффективно работать в команде, грамотно составлять официальные сообщения и управлять имиджем государственного учреждения.

Протокол и связи с общественностью - это не формальные дополнения к административной деятельности, а стратегический ресурс управления. Без соблюдения этических норм и обеспечения прозрачности невозможно построение доверительного диалога между государством и обществом.

Разработанный в пособии контрольно-оценочный аппарат (матрица спецификаций, тесты, корректирующие баремы) служит не только инструментом проверки знаний, но и механизмом профессиональной рефлексии. Он гарантирует, что подготовка кадров по специальности «Servicii administrative și de secretariat».

В конечном итоге, данное методическое пособие призвано стать надежным навигатором для учащихся на пути к профессиональному совершенству. Мы убеждены, что дисциплина, системность и этическая безупречность, заложенные в основу этого курса, позволят нашим выпускникам стать достойными представителями административного корпуса Республики Молдова, способствуя укреплению авторитета органов публичной власти и развитию открытого гражданского общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

I. Нормативно-правовые акты Республики Молдова

1. Constituția Republicii Moldova, adoptată la 29.07.1994 // *Конституция Республики Молдова*.
2. Legea nr. 148 din 09.06.2023 privind accesul la informații de interes public // *Закон № 148 от 09.06.2023 о доступе к информации, представляющей общественный интерес*.
3. Legea nr. 239 din 13.11.2008 privind transparența în procesul decizional // *Закон № 239 от 13.11.2008 о прозрачности процесса принятия решений*.
4. Legea nr. 158 din 04.07.2008 cu privire la funcția publică și statutul funcționarului public // *Закон № 158 от 04.07.2008 о государственной должности и статусе гос. служащего*.
5. Legea nr. 100 din 22.12.2017 cu privire la actele normative // *Закон № 100 от 22.12.2017 о нормативных актах*.
6. Legea nr. 982 din 11.05.2000 privind accesul la informație (aplicată în măsura în care nu contravine Legii 148/2023) // *Закон № 982 от 11.05.2000 о доступе к информации*.
7. Hotărârea Guvernului nr. 1133 din 04.10.2006 cu privire la Protocolul de Stat al Republicii Moldova // *Постановление Правительства № 1133 от 04.10.2006 о Государственном протоколе Республики Молдова*.
8. Hotărârea Guvernului nr. 188 din 03.04.2012 privind paginile oficiale ale autorităților administrației publice în rețeaua Internet // *Постановление Правительства № 188 от 03.04.2012 об официальных страницах органов публичного управления в сети Интернет*.

II. Международные нормативно-правовые акты

9. Всеобщая декларация прав человека (принята ГА ООН 10.12.1948)
10. Венская конвенция о дипломатических сношениях (от 18.04.1961)
11. Венская конвенция о консульских сношениях (от 24.04.1963)
12. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод (от 04.11.1950)
13. Международный кодекс этики PR (Афинский кодекс, принятый IPRA)
14. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR (Лиссабонский кодекс)

III. Учебная и научная литература

13. Алёшина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров. Учебник. — М.: ЭКМОС, 2010.
14. Джери Дж., Джери Д. Большой толковый социологический словарь (определение PR и теории общения).
15. Игнатъев Д., Бекетов А. Настольная энциклопедия Public Relations. — М.: Альпина Паблишер, 2010.
16. Кузнецов И. Н. Деловой этикет и протокол. — М.: Издательство деловой и учебной литературы, 2011.
17. Тихомирова Т. П. Риторика для государственных служащих. — Екатеринбург: УрАГС, 2009.
18. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика. — М.: Дело, 2012.

IV. Электронные ресурсы

19. Monitorul Oficial al Republicii Moldova — www.monitorul.md
20. Registrul de Stat al actelor juridice al Republicii Moldova (Legis.md) — www.legis.md
21. Platforma guvernamentală de participare e-Participare — www.particip.gov.md

ГЛОССАРИЙ¹

Аккредитация — процедура признания полномочий журналистов для освещения деятельности государственного учреждения.

Брифинг — краткая встреча официальных лиц с представителями СМИ, посвященная одной теме или событию, обычно без подробных ответов на вопросы.

Вербальное общение — процесс передачи информации с помощью слов (речи).

Государственный протокол — совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами и официальными лицами в международном и государственном общении.

Имидж учреждения — специально сформированный образ организации в представлении общественности, включающий репутацию, стиль работы и визуальные атрибуты.

Информационный повод — событие или новость, способная заинтересовать аудиторию и стать основой для публикации в СМИ.

Коммуникация — процесс обмена информацией, идеями и чувствами между людьми или группами, направленный на достижение взаимопонимания.

Лид (Lead) — первый абзац пресс-релиза, содержащий самую важную информацию (кто, что, где, когда и почему).

Местное публичное управление (МПУ) — деятельность местных органов власти по решению вопросов местного значения в интересах территориальных сообществ.

Невербальное общение — передача информации через жесты, мимику, позы, взгляд и интонацию (язык тела).

Пресс-релиз — основной информационный документ для СМИ, содержащий новость или официальную позицию организации по конкретному вопросу.

Пресс-кит (Media-kit) — пакет информационных материалов (тексты, фото, справки), подготовленный для журналистов к конкретному мероприятию.

Прозрачность (Транспарентность) — принцип открытости деятельности органов власти, обеспечивающий свободный доступ граждан к информации и участию в принятии решений.

Риторика — искусство публичного выступления, наука о правилах построения убедительной и выразительной речи.

Связи с общественностью (PR) — управленческая деятельность, направленная на установление и поддержание взаимовыгодных отношений между организацией и общественностью.

Светская беседа (Small talk) — легкий, непринужденный разговор на общие темы, служащий для установления контакта и создания благоприятной атмосферы.

Тактичность — чувство меры, умение вести себя в соответствии с этикетными нормами, не задевая достоинства окружающих.

Этикет — установленный порядок поведения, включающий совокупность правил вежливости, принятых в обществе или профессиональной среде.

¹ Совет для учащихся:

Для более глубокого понимания специфики работы в Республике Молдова рекомендуется соотносить данные термины с их эквивалентами на румынском языке, используемыми в законодательных актах (например, *Transparența* — Прозрачность, *Acces la informație* — Доступ к информации).