Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Чебоксарский филиал РАНХиГС

Кафедра государственного и муниципального управления

Ильина Любовь Николаевна

Подписано: Ильина Любовь Николаевна
DN: c=Ильина Любовь Николаевна, c=RU, o=ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ", email=ilina@chheb.ranepa.ru
Дата: 2024.09.16 10:26:46 +03'00'

УТВЕРЖДЕНО
И.о. директора Чебоксарского филиала РАНХиГС
Ильина Л.Н.

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Государственная и муниципальная служба
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса

Б1.В.12 Связи с общественностью в органах власти
(код и наименование РПД)

38.03.04 Государственное и муниципальное управление
(код и наименование направления подготовки)

очная/очно-заочная/заочная
(форма(формы) обучения)

Год набора – 2023

Чебоксары, 2022 г.

Автор(ы)–составитель(и):

к.п.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления Миротворская И.В.

(ученая степень и(или ученое звание, должность) (наименование кафедры)) (Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой

государственного и муниципального управления к.ю.н., доцент Петров В.Р.

(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание, должность) (Ф.И.О.)

РПД Б1.В.12 «Связи с общественностью в органах власти» одобрена на заседании кафедры государственного и муниципального управления.

Протокол от 27 августа 2022 г. №2

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы....4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы....5
3. Содержание и структура дисциплины....6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся....11
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине....17
6. Методические материалы для освоения дисциплины....24
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 29
7.1 Основная литература....29
7.2 Дополнительная литература....29
7.3 Нормативные правовые документы и иная правовая информация....30
7.4 Интернет-ресурсы....30
7.5 Иные источники....31
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы....31

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

1.1 Дисциплина Б1.В.12 Связи с общественностью в органах власти обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Очная, очно-заочная и заочная форма обучения

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-1	Способен осуществлять эффективное взаимодействие с гражданами и негосударственными институтами в процессе осуществления государственного и муниципального управления	ПКс-1.1.8	Способен применять действующую нормативно-правовую базу в области управления формированием имиджем государственных и муниципальных органов управления; формулировать цель PR-кампании в соответствии с целями деятельности и развития органов государственного и муниципального управления.

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов очной, очно-заочной и заочной форм обучения должны быть:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия (на основании форсайт-сессии)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
владение навыками осуществления взаимодействия в ходе служебной/трудовой деятельности для обеспечения взаимодействия между подразделениями государственных и муниципальных органов, а также взаимодействия с гражданами, институтами государства и гражданского общества для обеспечения эффективности	ПКс-1.1.8.	**На уровне знаний:** понятийный аппарат в области формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы; принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения
		На уровне умений: применять действующую нормативно-правовую базу в области управления

государственного и муниципального управления		формированием имиджем государственных и муниципальных органов управления; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений; собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство; сформулировать цель PR кампании в соответствии с целями деятельности и развития органов государственного и муниципального управления
		На уровне навыков: владение базовыми технологиями формирования общественного мнения; практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью; технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей; пониманием основных требований, предъявляемых современными органами государственного и муниципального управления к организации PR и подготовке профильных специалистов.

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Дисциплина может быть реализована в том числе с применением дистанционных образовательных технологий (*далее - ДОТ*).

Очная форма обучения

- 3 з.е./108 (81 астр.ч.)

- контактная работа с преподавателем – 48/(36 астр.ч.); лекционные занятия – 16/(12 астр.ч.) ч.; практические (семинарские) занятия – 32/(24 астр.ч.)ч.;

- самостоятельная работа обучающихся – 60/(45 астр.ч.) ч;

- контроль – 0 ч.;

–дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее - ДОТ).

Очно-заочная форма обучения

- 3 з.е./108 (81 астр.ч.)

- контактная работа с преподавателем – 30/(22,5 астр.ч.)ч.; лекционные занятия– 16/12 ч.; практические (семинарские) занятия– 32/(24 астр.ч.) ч.;

- самостоятельная работа обучающихся – 60/(45 астр.ч.) ч.

- контроль – 0 ч.;

–дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее - ДОТ).

Заочная форма обучения

- 3 з.е./108 (81 астр.ч.)

- контактная работа с преподавателем – 12/(9 астр.ч.) ч.; лекционные занятия – 4/(3 астр.ч.)- самостоятельная работа обучающихся – 92/(69 астр.ч.) ч.

- контроль – 4/(3 астр.ч.) ч.;

– дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее - ДОТ).

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Очная форма обучения

– *индекс и наименование дисциплины, курс(ы), семестр(ы) или триместр(ы) ее освоения в соответствии с учебным планом:* Б1.В.12 Связи с общественностью в органах власти, 4 курс 7 семестр

– *дисциплина реализуется после изучения:* курсов Основы государственного и муниципального управления, История государственного управления, Управление проектами.

– *форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом:* зачет

Очно-заочная форма обучения

– *индекс и наименование дисциплины, курс(ы), семестр(ы) или триместр(ы) ее освоения в соответствии с учебным планом:* Б1.В.12 Связи с общественностью в органах власти, 4 курс 7 семестр

– *дисциплина реализуется после изучения:* курсов Основы государственного и муниципального управления, История государственного управления, Управление проектами.

– *форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом:* зачет

Заочная форма обучения

– *индекс и наименование дисциплины, курс(ы), семестр(ы) или триместр(ы) ее освоения в соответствии с учебным планом:* Б1.В.12 Связи с общественностью в органах власти, 4 курс 7 семестр

– *дисциплина реализуется после изучения:* курсов Основы государственного и муниципального управления, История государственного управления, Управление проектами.

– *форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом:* зачет

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины , час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Предмет, структура, основные функции общественных отношений	11	4				7	О, Т
Тема 2	Информационные процессы в обществе и управление	16			8		8	О, Д

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины , час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 3	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития	11	4				7	О,Т
Тема 4	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления	16			8		8	О, Д, Т
Тема 5	Связи с общественностью в системе административного и политического управления	11	4				7	О, К-З
Тема 6	Планирование, организация и проведение политических ПР-компаний	16			8		8	О, КС, Т
Тема 7	Связи с общественностью в избирательных компаниях	11	4				7	О, Д, Т
Тема 8	Кризисные ПР в государственном и муниципальном управлении	16			8		8	О, К-З
Промежуточная аттестация								
Всего:		**108**	**16**		**32**		**60**	

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины , час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Предмет, структура, основные функции общественных отношений	14			4		10	О, Т
Тема 2	Информационные процессы в обществе и управление	14	4				10	О, Д
Тема 3	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития	14			4		10	О,Т
Тема 4	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой	14	4				10	О, Д, Т

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины , час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
	репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления							
Тема 5	Связи с общественностью в системе административного и политического управления	14			4		10	О, К-З
Тема 6	Планирование, организация и проведение политических ПР-компаний	14			4		10	О, КС, Т
Тема 7	Связи с общественностью в избирательных компаниях	14	4				10	О, Д, Т
Тема 8	Кризисные ПР в государственном и муниципальном управлении	10			2		8	О, К-З
Промежуточная аттестация								
Всего:		**108**	**12**		**18**		**78**	

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины , час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Предмет, структура, основные функции общественных отношений	12	1				11	О, Т
Тема 2	Информационные процессы в обществе и управление	13			1		12	О, Д
Тема 3	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития	12	1				11	О,Т
Тема 4	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления	13			1		12	О, Д, Т
Тема 5	Связи с общественностью в системе административного и политического управления	13			2		11	О, К-З
Тема 6	Планирование, организация и проведение политических ПР-компаний	14	2				12	О, КС, Т

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины , час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 7	Связи с общественностью в избирательных компаниях	13			2		11	О, Д, Т
Тема 8	Кризисные ПР в государственном и муниципальном управлении	14			2		12	О, К-З
Промежуточная аттестация		4						
Всего:		**108**	**4**		**8**		**92**	

Используемые сокращения:

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

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа).

ПЗ – практические занятия (виды занятий семинарского типа, за исключением лабораторных работ).

КСР - индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные- консультации)

ДОТ - занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением - виртуальных аналогов профессиональной деятельности.

СРО – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Примечание:
** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), кейс-задачи (К-З), доклады (Д), круглый стол (КС) др.*
*** - формы промежуточной аттестации: зачет (За).*

3.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет, структура, основные функции общественных отношений.

Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Задачи и цели. Объект и субъект связей с общественностью. Принципы, функции, цели и задачи связей с общественностью. СО и журналистика, СО и реклама, СО и паблисити, СО и менеджмент, СО и маркетинг, СО и пропаганда.

Тема 2. Информационные процессы в обществе и управление.

Информационные процессы в обществе и управление. Коммуникации в организациях. СО в политике. СО в бизнесе. СО и средства массовой информации. Средства взаимодействия. Общественное мнение как структурный элемент СО. Исследование проблемы и постановка целей, разработка стратегии и тактики СО - программы, реализация программы по приоритетам, оценка эффективности и внесение корректировок. Взаимодействие со средствами массовой информации. Использование устного и печатного слова, фотографии, кино - аудиовизуальных средств, рекламы, выставок и др. Технологии исследований в СО.

Тема 3. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.

Информационная политика государственных и муниципальных органов власти. Правовые основы СО. Основные организационные формы СО и практические мероприятия СО. Профессиональная этика и особенности этики государственных служащих. Профессиональная этика. Правила профессионального поведения специалиста по связям с общественностью. Минимальные стандарты качества в СО.

Тема 4. Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления.

Психологические средства коммуникации. Каналы распространения информации. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти. Пресс-служба органа власти. Информационно-аналитическое и материально-техническое сопровождение деятельности пре службы. Мониторинг СМИ. Организация и проведение мероприятий для СМИ. Организация и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров. Специальные мероприятия в практике политических ПР. Виды и формы специальных мероприятий.

Тема 5. Связи с общественностью в системе административного и политического управления.

СО как функция менеджмента. Цели и задачи отделов по связям с общественностью в структуре организации. Интернет как форма глобального общественного воздействия. Особенности работы в сети. Мониторинг общественного мнения.

Тема 6. Планирование, организация и проведение политических ПР-компаний.

Понятие компании, виды и формы политических компаний. Стратегическое планирование и тактические решения ПР-компании. Обязанности руководителя компании. Критерии эффективности успешной компании.

Тема 7. Связи с общественностью в избирательных компаниях.

Политическая культура, государственная служба и взаимодействие с общественностью. Политический маркетинг, основные модели. Политические технологии. Проведение политических компаний. Взаимоотношения с вышестоящими государственными структурами, местными органами самоуправления и местной общественностью. Лоббирование и продвижение проектов. Приемы и методы ПР как неотъемлемая часть избирательных технологий.

Тема 8. Кризисные ПР в государственном и муниципальном управлении.

Типология кризиса. Понятие "правительственный кризис". Составные части антикризисной ПР-программы. Организация работы кризисного информационного центра.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1 В ходе реализации дисциплины Б1.В.12 Связи с общественностью в органах власти используются следующие **методы текущего контроля успеваемости** обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

- Проверка конспектов самостоятельно изученных студентом тем по курсу;
- Экспресс-опросы;
- Тестирование;

– при проведении занятий семинарского типа:

- Тестирование по пройденным темам;
- Участие в круглом столе;
- Решение кейс-задач;
- Заслушивание докладов студентов на семинарских занятиях.
- Тестирование;

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

- Экспресс-опросы;
- Тестирование по пройденным темам;
- Проверка конспектов самостоятельно изученных студентом тем по курсу;
- Круглый стол;
- Решение кейс-задач;
- Заслушивание докладов студентов на семинарских занятиях.
- Тестирование.

№п/п	Тема и / или раздел	Методы текущего контроля успеваемости в аудитории
Тема 1	Предмет, структура, основные функции общественных отношений	Экспресс-опросы, дискуссия
Тема 2	Информационные процессы в обществе и управление	Опрос, дискуссия
Тема 3	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития	Опрос, дискуссия
Тема 4	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления	Опрос, дискуссия
Тема 5	Связи с общественностью в системе административного и политического управления	Опрос, дискуссия
Тема 6	Планирование, организация и проведение политических ПР- компаний	Опрос, дискуссия

Тема 7	Связи с общественностью в избирательных компаниях	Опрос, дискуссия
Тема 8	Кризисные ПР в государственном и муниципальном управлении	Опрос, дискуссия

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме 1. Предмет, структура, основные функции общественных отношений

Опрос:

– Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.
– Задачи и цели.
– Объект и субъект связей с общественностью.
– Принципы, функции, цели и задачи связей с общественностью.
– СО и журналистика, СО и реклама, СО и паблисити, СО и менеджмент, СО и маркетинг, СО и пропаганда.

Тест:

1. PR как наука возник:
а) в Древнем Риме
б) во время Великой Французской революции
в) после Второй мировой войны
г) в начале XXI в.

2. Побуждение людей к определенным политическим действиям или к сознательному бездействию – это функция СМИ:
а) мобилизационная
б) информационная
в) образовательная
г) контролирующая

3. Создание идеологии и имиджа фирмы, в поддержании которого участвует персонал, - это элемент:
а) бизнес- PR
б) государственного PR
в) внутрифирменного PR
г) антикризисного PR

Типовые оценочные материалы по теме 2. Информационные процессы в обществе и управление

Опрос:

– Средства взаимодействия.
– Общественное мнение как структурный элемент СО.
– Исследование проблемы и постановка целей, разработка стратегии и тактики СО - программы, реализация программы по приоритетам, оценка эффективности и внесение корректировок.
– Взаимодействие со средствами массовой информации.

– Использование устного и печатного слова, фотографии, кино - аудиовизуальных средств, рекламы, выставок и др.
– Технологии исследований в СО.

Тематика докладов:
– Информационные процессы в обществе и управление.
– Коммуникации в организациях.
– СО в политике.
– СО в бизнесе.
– СО и средства массовой информации.

Типовые оценочные материалы по теме 3. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития

Опрос:
– Информационная политика государственных и муниципальных органов власти.
– Правовые основы СО.
– Основные организационные формы СО и практические мероприятия СО.
– Профессиональная этика и особенности этики государственных служащих.
– Профессиональная этика.
– Правила профессионального поведения специалиста по связям с общественностью.
– Минимальные стандарты качества в СО.

Тест:
1. Организация использует в своей PR-кампании ресурсы оппонента. Данная технология носит название:
а) «отбеливание»
б) «лягушачье зрение»
в) «сибирская охота»
г) «ложные сторонники»

Типовые оценочные материалы по теме 4. Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления

Опрос:
– Психологические средства коммуникации.
– Каналы распространения информации.
– Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти.
– Пресс-служба органа власти.
– Информационно-аналитическое и материально-техническое сопровождение деятельности пре службы.

Тематика докладов:
– Мониторинг СМИ.
– Организация и проведение мероприятий для СМИ.
– Организация и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров.
– Специальные мероприятия в практике политических ПР.
– Виды и формы специальных мероприятий.

Тест:

1. Одним из принципов существования государственного PR является:

а) гуманность

б) системность

в) демократичность

г) все перечисленные

2. Плакаты с изображением группы горожан, сфотографированных во время празднования дня города, и слоган: "Мы вместе: будем добрее друг к другу", отражают функционирование PR-служб:

а) федерального уровня

б) субъектного уровня

в) местного уровня

г) любого уровня

3. Немедленная коммуникативная реакция на кризис преследует цель:

а) занять активную позицию и выиграть времени на подготовку дальнейших шагов

б) не допустить ухода информационного потока в нежелательное русло

в) выразить сожаление

г) все перечисленное

Типовые оценочные материалы по теме 5. Связи с общественностью в системе административного и политического управления

Опрос:

- СО как функция менеджмента.
- Цели и задачи отделов по связям с общественностью в структуре организации.
- Интернет как форма глобального общественного воздействия.
- Особенности работы в сети.
- Мониторинг общественного мнения.

Кейс-задача:

Вводные данные:

Место действия: моногород в Европейской части РФ с населением около 30 тыс. человек; большинство трудоспособных жителей занято на текстильной фабрике (градообразующее предприятие) и в муниципальных учреждениях (больницы, дет. сады, школы, ДК); демографическая ситуация – неблагоприятная (отток молодежи в областной центр); стабильно высокий уровень правонарушений; в розничной торговле и общепите высока доля предпринимателей из азербайджанской и армянской диаспор; жилищно-коммунальная инфраструктура требует существенной модернизации; вопрос о приватизированной собственности в городе урегулирован – 15% текстильной фабрики находится в муниципальной собственности, 85% - у нескольких крупных частных акционеров; отношения между региональной и местной властью выстроены в общем взаимовыгодные (лояльность городских властей в обмен на дотации из областного бюджета).

Ситуация:

Несмотря на отлаженность взаимодействия мэра, занимающего свой пост уже 8 лет, и главы региона, в окружении последнего высказываются опасения по поводу растущего недовольства населения из-за отсутствия каких-либо улучшений в жизни города, что связывается с фактическим бездействием городских властей. В этих условиях возникает запрос на новых лиц, готовых идти во власть. Губернатор готов поддержать любого

кандидата, который недвусмысленно даст понять о своей лояльности к нему и в то же время продемонстрирует свою привлекательность для основной части городского электората.

Задание:

Есть несколько возможных кандидатур, способных заменить действующего мэра на его посту. Они обладают различными личностными и социальными характеристиками. В отношении каждого из них следует решить несколько задач 1. Выявите ключевые целевые аудитории – объекты предвыборной кампании кандидата («свой» электорат). 2. Разработайте базовую имиджевую модель с учетом особенностей вашего кандидата и его потенциальных избирателей. 3. Предложите программу мероприятий по внедрению разработанного имиджа кандидата в сознание избирателей. 4. Выявите потенциальные угрозы имиджу (слабые стороны кандидата, на которых могут «сыграть» конкуренты) и предложите меры по их нейтрализации.

Кандидат №1. Мужчина, русский, 43 года; действующий председатель городского Совета депутатов; ранее работал начальником департамента ТЭК в обл. администрации; высшее образование; руководитель первичной ячейки партии «Единая Россия»; женат, двое детей.

Кандидат №2. Мужчина, русско-армянского происхождения, 47 лет; родился и вырос в указанном городе, учился в Москве (высшее образование); директор городского вещевого рынка; имеет авторитет в армянской диаспоре, связи с корпусом городских депутатов и в гор. администрации; в торговом бизнесе – почти 25 лет; в давнем прошлом имел некоторые проблемы с законом (считался членом местной армянской ОПГ); женат, 3 детей; занимается благотворительностью.

Кандидат №3. Женщина, русская, 39 лет; в прошлом – заместитель исполнительного директора текстильной фабрики; в настоящее время – директор одной из самых крупных компаний в сфере управления ЖКХ (обслуживает дома в центре города и в «спальных» районах рядом с промзоной); возглавляет НКО «Городской родительский комитет»; образование – высшее; замужем, 2 детей.

Кандидат №4. Мужчина, русский, 35 лет; директор единственного в городе колледжа (подготовка по инженерным и экономическим специальностям); учился в областном университете, после – срочная и контрактная служба в армии (10 лет), офицер запаса; женат, второй брак, детей не имеет; принимает активное участие в общественных мероприятиях по благоустройству городской среды; сотрудничает с областным центром патриотического воспитания (курирует его деятельность в городе).

Типовые оценочные материалы по теме 6. Планирование, организация и проведение политических ПР-компаний

Опрос:

- Понятие компании, виды и формы политических компаний.
- Стратегическое планирование и тактические решения ПР-компании.
- Обязанности руководителя компании.
- Критерии эффективности успешной компании.

Круглый стол:

Тема: Механизмы формирования общественного мнения

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие социальной установки. Принцип доминанты А.А.Ухтомского.

2. Понятие стереотипа. Свойства стереотипов, используемые в ПР. Психологическая природа стереотипов.

3. Законы восприятия.

4. Формы проявления стереотипов: кодирование общественного сознания, миф, имидж. «Вечные» стереотипы, отрицательные и положительные стереотипы, типовые стереотипы.

5. Основные приемы выявления стереотипов.

Тест:

1. Понятие «имидж» более всего соответствует слову:

а) стиль

б) фасад

в) образ

г) фундамент

2. Группа журналистов была приглашена на открытие нового цеха машиностроительного завода. Данное мероприятие является:

а) пресс-конференцией

б) пресс-приемом

в) пресс-визитом

г) пресс-встречей

Типовые оценочные материалы по теме 7. Связи с общественностью в избирательных компаниях

Опрос:

– Политическая культура, государственная служба и взаимодействие с общественностью.

– Политический маркетинг, основные модели.

– Политические технологии.

– Проведение политических компаний.

Тематика докладов:

– Взаимоотношения с вышестоящими государственными структурами, местными органами самоуправления и местной общественностью.

– Лоббирование и продвижение проектов.

– Приемы и методы ПР как неотъемлемая часть избирательных технологий.

Тест:

1. Целевая аудитория – это:

а) сторонники организации, проводящей PR-кампанию

б) группа лиц, являющаяся объектом PR-кампании

в) заинтересованные в проведении PR-кампании лица

г) все перечисленные

Типовые оценочные материалы по теме 8. Кризисные ПР в государственном и Муниципальном управлении

Опрос:

– Типология кризиса.

– Понятие "правительственный кризис".

– Составные части антикризисной ПР-программы.

– Организация работы кризисного информационного центра.

Кейс-задача:

Вводные данные: губернатор Н-ской области И. Иванов занимает свой пост уже 3 года и собирается повторно идти на выборы. Он достаточно активен в решении социальных проблем. По этой причине его рейтинг популярности среди населения – выше среднего. Основой его социальной политики является областная жилищная программа, в соответствие с которой за счёт бюджета осуществляется строительство жилых домов для наиболее нуждающихся категорий граждан (сироты, многодетные семьи, ветераны боевых действий и др.). Хотя удовлетворить все запросы пока не удается, данная губернаторская инициатива до последнего времени оценивалась жителями области положительно. Недавно в Интернет «просочилась» информация о том, что строительная компания, стабильно выигрывающая конкурсы на строительство социального жилья, принадлежит двоюродному племяннику губернатора. Стали распространяться слухи о том, что стоимость строительных работ по смете превышает среднерыночную в два, а то и в три раза. Губернатор убежден, что всё это – дело рук его основного конкурента на предстоящих выборах. Однако, опросы общественного мнения показывают, что рейтинг И. Иванова пошатнулся. Если команда губернатора не предпримет срочных мер, то его победа на выборах будет под вопросом.

Задание: разработайте общий план действий для защиты репутации губернатора. При этом необходимо ответить на следующие вопросы: - следует ли команде губернатора вообще реагировать на подобные информационные «вбросы», ведь пока всё циркулирует на уровне слухов и неподтвержденной информации в блогах? - если да, то в каком формате необходимо дать опровержение? как сделать его наиболее убедительным? - может ли губернатор использовать сложившуюся ситуацию себе на пользу? если да, то каким образом?

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1 Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

- Зачет в форме ответов на вопросы билета (в устной форме);
- Зачет в форме компьютерного тестирования.
- Зачет в форме тестирования.
- Зачет в форме письменного эссе.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Очная, очно-заочная и заочная форма обучения

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания

ПКс-1.1.8 Способен применять действующую нормативно-правовую базу в области управления формированием имиджем государственных и муниципальных органов управления; формулировать цель PR-кампании в соответствии с целями деятельности и развития органов государственного и муниципального управления..	ПКс-1.1. Демонстрирует умения применять знания в сферах государственной службы, маркетинга, социологии и психологии; навыки владения иностранным языком, а также навыки проведения маркетинговых исследований в целях эффективного взаимодействия с гражданами и негосударственными институтами в процессе осуществления государственного и муниципального управления. ПКс-1.2 Способность демонстрировать умения и навыки в сферах маркетинга, государственной службы, владения иностранным языком в целях эффективного взаимодействия с гражданами и негосударственными институтами в процессе осуществления государственного и муниципального управления.	Имеет четкое понимание цели и задач деловых коммуникаций в сфере государственной и муниципальной службы; Представляет особенность организации межличностных, групповых и организационных коммуникаций в сфере государственной и муниципальной службы;

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации
Пример тестового задания для итогового контроля знаний по связям с общественностью в органах власти.

1. PR как наука возник:
а) в Древнем Риме
б) во время Великой Французской революции
в) после Второй мировой войны
г) в начале XXI в.
2. Одним из принципов существования государственного PR является:
а) гуманность
б) системность
в) демократичность
г) все перечисленные
3. Понятие «имидж» более всего соответствует слову:
а) стиль
б) фасад
в) образ
г) фундамент
4. Плакаты с изображением группы горожан, сфотографированных во время празднования дня города, и слоган: "Мы вместе: будем добрее друг к другу", отражают функционирование PR-служб:
а) федерального уровня
б) субъектного уровня
в) местного уровня
г) любого уровня

5. Побуждение людей к определенным политическим действиям или к сознательному бездействию – это функция СМИ:

а) мобилизационная

б) информационная

в) образовательная

г) контролирующая

6. Группа журналистов была приглашена на открытие нового цеха машиностроительного завода. Данное мероприятие является:

а) пресс-конференцией

б) пресс-приемом

в) пресс-визитом

г) пресс-встречей

7. создание идеологии и имиджа фирмы, в поддержании которого участвует персонал, - это элемент:

а) бизнес- PR

б) государственного PR

в) внутрифирменного PR

г) антикризисного PR

8. Немедленная коммуникативная реакция на кризис преследует цель:

а) занять активную позицию и выиграть временя на подготовку дальнейших шагов

б) не допустить ухода информационного потока в нежелательное русло

в) выразить сожаление

г) все перечисленное

9. Целевая аудитория – это:

а) сторонники организации, проводящей PR-кампанию

б) группа лиц, являющаяся объектом PR-кампании

в) заинтересованные в проведении PR-кампании лица

г) все перечисленные

10. Организация использует в своей PR-кампании ресурсы оппонента. Данная технология носит название:

а) «отбеливание»

б) «лягушачье зрение»

в) «сибирская охота»

г) «ложные сторонники»

Критерии оценки к тестам:

- оценка «**отлично**» − верных ответов 90-100%;
- оценка «**хорошо**»− верных ответов 70-89%;
- оценка «**удовлетворительно**» − верных ответов 55-69%;
- оценка «**неудовлетворительно**» − менее 55%;
- оценка «**зачтено**» выставляется студенту, если количество верных ответов составляет 55-100%;
- оценка «**не зачтено**», если количество верных ответов менее 55%.

Вопросы к зачету для студентов.

1. Понятие, определения ПР.
2. Принципы и функции ПР.
3. Общественность в сфере ПР. Понятие общественности в ракурсе ситуативного подхода.
4. ПР как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций.
5. ПР и пропаганда. Сходство и различия.
6. Паблисити. Понятие паблисити. Ее роль в ПР-деятельности.

7. Сихологические средства коммуникации. Нейро-лингвистическое программирование.

8. Вербальные коммуникации. Публичные выступления. Телефонные разговоры.

9. Невербальные коммуникации. Проксемика. Ориентация. Жест.

10. Кризисы и слухи. Стереотипы и мифы.

11. Отношения со СМИ. Функции ответственного за связь с прессой.

12. ПР в системе маркетинга.

13. ПР в системе менеджмента.

14. Кодекс профессионального поведения и этики.

15. Ассоциации ПР – цели, задачи, миссия.

16. R (research, исследование). Определение проблемы.

17. A (action, действие). Планирование ПР - программы.

18. C (communications, коммуникации). Реализация ПР - программы.

19. E (evaluation, оценка). Комплексная оценка ПР-программы.

20. ПР в коммерции и промышленности. Отношения с потребителями. Реклама.

21. Лоббирование. Специалисты по отношениям с государством.

22. ПР в правительстве и политике.

23. Государственные ПР-программы.

24. Избирательные кампании.

25. Технология составления пресс-релиза.

26. Подготовка и проведение пресс - конференции.

27. Специальные события. Презентации. Приемы. Юбилеи. Выставочная деятельность.

28. Имидж. Фирменный стиль как средство создания и поддержания позитивного имиджа.

Шкала оценивания.

Оценивание студента на зачете по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»

Оценка	Требования к знаниям
«Зачтено»	**Оценка «зачтено»** выставляется студенту, который усвоил предусмотренный программный материал; правильно, с приведением примеров, ответил на более чем 50% вопросов и заданий билета; ответил на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем, показал систематизированные знания по учебной дисциплине, способен связать теорию с практикой, тему вопроса с другими темами данного курса, других изучаемых предметов.
«Не зачтено»	**Оценка «не зачтено»** выставляется в следующих случаях: 1. Студент не справился с 50% вопросов и заданий билета, не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем, не обладает целостным представлением о компонентах дисциплины и их взаимосвязях. 2. Ответ на вопрос полностью отсутствует. 3. Отказ от ответа.

Шкала оценивания дисциплины

Оценивание студента на экзамене по дисциплине «Основы государственного и муниципального управления»

Шкала оценивания по дисциплине (зачет)	
Баллы	**Оценка**

0-40	незачтено
41-100	зачтено

Методические материалы для освоения дисциплины

– Проверка конспектов самостоятельно изученных студентом тем по курсу

Конспект – это краткое изложение научного текста (книги, статьи, документа), приспособленное к задачам реферативного, курсового или дипломного исследования. В конспекте излагаются основные положения изучаемых работ, необходимых для описания предмета исследования. Формы конспектирования: выписки; развёрнутый план и др.

Приёмы конспектирования: выписки цитат; пересказ текста «своими словами»; выделение основных идей; критические замечания; сравнение различных позиций; реконструкция текста в виде создания таблиц, схем и т. д.

В процессе конспектирования проводится анализ текста. При этом могут быть использованы различные виды анализа.

Критерии оценки конспекта: краткость (не более 1/8 первичного текста); целевая направленность; аналитичность; научная корректность.

– Заслушивание докладов студентов на семинарских занятиях

Семинар является одной из основных форм практических занятий. В ходе подготовки к семинару студенты изучают лекционный материал и/или рекомендованную литературу по теме. Семинар включает устные сообщения или доклады студентов и их обсуждение. В рамках курса используются разные типы семинаров – фронтальный (предусматривается работа всех студентов в обсуждении поставленных вопросов по теме), комбинированный (наряду с рассмотрением вопросов, обсуждаются доклады), семинар-презентация (заслушивание и обсуждение докладов студентов, выполненных в форме презентации).

Критерии для оценки доклада:

- Регламент. 5-7 мин., доклад-презентация – 10 мин.

- Структура доклада. Наличие в докладе введения (обоснование актуальности темы, постановка цели и задач доклада, характеристика использованной литературы), четкая структура основной части доклада, взаимосвязь ее подразделов, наличие выводов по докладу.

- Содержание доклада. Соответствие содержания доклада его теме, поставленной цели и задачам.

- Преподнесение доклада. Темп речи, манера преподнесения материала, наличие или отсутствие речевых ошибок, наличие ярких примеров и раздаточного материала.

- Ответы на вопросы к докладу. Степень свободного владения материалом доклада, наличие собственного мнения по поставленной проблеме.

Пример экспресс-опроса по связям с общественностью в органах власти.

1. Опишите иерархию целей и стратегий компании, ее коммуникативных и маркетинговых стратегий.
2. Что представляют собой целевые аудитории коммуникации компании.
3. Какова роль корпоративной философии в формировании культуры органа государственной власти/организации культурной среды?
4. Как соотносятся имидж фирмы и внутренние корпоративные отношения?
5. Базовые ценности и «символы» какой российской корпорации Вам известны?
6. Какие способы и приемы инициирования собственной интерпретации фактов и событий вы знаете. Что такое «версия»?

7. Какие средства ПР вы считаете уместными использовать в отношениях с персоналом фирмы? С местными властями? С конкурентами? С деловым сообществом?

8. Что представляет собой медиа-карта и для чего она составляется?

9. В чем состоит задача подготовки материалов для СМИ?

10. Что представляет собой создание «новостей»?

11. В чем состоят риски участие в популярных передачах?

12. В каких случаях целесообразно осуществлять конференции и презентации с участием журналистов?

13. Каковы основные задачи мониторинг публикаций в прессе?

14. В каких случаях распространение слухов может служить эффективным средством распространения информации?

15. Опишите правила и порядок проведения пресс — конференции.

Критерии оценки:

- оценка «**отлично**» − верных ответов 90-100%;
- оценка «**хорошо**»− верных ответов 70-89%;
- оценка «**удовлетворительно**» − верных ответов 55-69%;
- оценка «**неудовлетворительно**» − менее 55%;

Примеры кейс-задач:

Вводные данные:

Место действия: моногород в Европейской части РФ с населением около 30 тыс. человек; большинство трудоспособных жителей занято на текстильной фабрике (градообразующее предприятие) и в муниципальных учреждениях (больницы, дет. сады, школы, ДК); демографическая ситуация – неблагоприятная (отток молодежи в областной центр); стабильно высокий уровень правонарушений; в розничной торговле и общепите высока доля предпринимателей из азербайджанской и армянской диаспор; жилищно-коммунальная инфраструктура требует существенной модернизации; вопрос о приватизированной собственности в городе урегулирован – 15% текстильной фабрики находится в муниципальной собственности, 85% - у нескольких крупных частных акционеров; отношения между региональной и местной властью выстроены в общем взаимовыгодные (лояльность городских властей в обмен на дотации из областного бюджета).

Ситуация:

Несмотря на отлаженность взаимодействия мэра, занимающего свой пост уже 8 лет, и главы региона, в окружении последнего высказываются опасения по поводу растущего недовольства населения из-за отсутствия каких-либо улучшений в жизни города, что связывается с фактическим бездействием городских властей. В этих условиях возникает запрос на новых лиц, готовых идти во власть. Губернатор готов поддержать любого кандидата, который недвусмысленно даст понять о своей лояльности к нему и в то же время продемонстрирует свою привлекательность для основной части городского электората.

Задание:

Есть несколько возможных кандидатур, способных заменить действующего мэра на его посту. Они обладают различными личностными и социальными характеристиками. В отношении каждого из них следует решить несколько задач 1. Выявите ключевые целевые аудитории – объекты предвыборной кампании кандидата («свой» электорат). 2. Разработайте базовую имиджевую модель с учетом особенностей вашего кандидата и его потенциальных избирателей. 3. Предложите программу мероприятий по внедрению разработанного имиджа кандидата в сознание избирателей. 4. Выявите потенциальные угрозы имиджу (слабые стороны кандидата, на которых могут «сыграть» конкуренты) и предложите меры по их нейтрализации.

Кандидат №1. Мужчина, русский, 43 года; действующий председатель городского Совета депутатов; ранее работал начальником департамента ТЭК в обл. администрации; высшее образование; руководитель первичной ячейки партии «Единая Россия»; женат, двое детей.

Кандидат №2. Мужчина, русско-армянского происхождения, 47 лет; родился и вырос в указанном городе, учился в Москве (высшее образование); директор городского вещевого рынка; имеет авторитет в армянской диаспоре, связи с корпусом городских депутатов и в гор. администрации; в торговом бизнесе – почти 25 лет; в давнем прошлом имел некоторые проблемы с законом (считался членом местной армянской ОПГ); женат, 3 детей; занимается благотворительностью.

Кандидат №3. Женщина, русская, 39 лет; в прошлом – заместитель исполнительного директора текстильной фабрики; в настоящее время – директор одной из самых крупных компаний в сфере управления ЖКХ (обслуживает дома в центре города и в «спальных» районах рядом с промзоной); возглавляет НКО «Городской родительский комитет»; образование – высшее; замужем, 2 детей.

Кандидат №4. Мужчина, русский, 35 лет; директор единственного в городе колледжа (подготовка по инженерным и экономическим специальностям); учился в областном университете, после – срочная и контрактная служба в армии (10 лет), офицер запаса; женат, второй брак, детей не имеет; принимает активное участие в общественных мероприятиях по благоустройству городской среды; сотрудничает с областным центром патриотического воспитания (курирует его деятельность в городе).

Вводные данные: губернатор Н-ской области И. Иванов занимает свой пост уже 3 года и собирается повторно идти на выборы. Он достаточно активен в решении социальных проблем. По этой причине его рейтинг популярности среди населения – выше среднего. Основой его социальной политики является областная жилищная программа, в соответствие с которой за счёт бюджета осуществляется строительство жилых домов для наиболее нуждающихся категорий граждан (сироты, многодетные семьи, ветераны боевых действий и др.). Хотя удовлетворить все запросы пока не удается, данная губернаторская инициатива до последнего времени оценивалась жителями области положительно. Недавно в Интернет «просочилась» информация о том, что строительная компания, стабильно выигрывающая конкурсы на строительство социального жилья, принадлежит двоюродному племяннику губернатора. Стали распространяться слухи о том, что стоимость строительных работ по смете превышает среднерыночную в два, а то и в три раза. Губернатор убежден, что всё это – дело рук его основного конкурента на предстоящих выборах. Однако, опросы общественного мнения показывают, что рейтинг И. Иванова пошатнулся. Если команда губернатора не предпримет срочных мер, то его победа на выборах будет под вопросом.

Задание: разработайте общий план действий для защиты репутации губернатора. При этом необходимо ответить на следующие вопросы: - следует ли команде губернатора вообще реагировать на подобные информационные «вбросы», ведь пока всё циркулирует на уровне слухов и неподтвержденной информации в блогах? - если да, то в каком формате необходимо дать опровержение? как сделать его наиболее убедительным? - может ли губернатор использовать сложившуюся ситуацию себе на пользу? если да, то каким образом?

Критерии оценки:

Оценка **«зачтено»** выставляется студенту, если он выполнил решение кейс-задачи в полном объеме; самостоятельно и рационально выбрал подходящую модель решения проблемы, сделал выводы. При этом возможны небольшие недочеты, не имеющие принципиального характера, которые студент легко устраняет после подсказки преподавателя.

Оценка **«не зачтено»** выставляется студенту, если не выполнены требования к оценке «**зачтено**».

Пример круглого стола по связям с общественностью в органах власти

Тема: Механизмы формирования общественного мнения

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие социальной установки. Принцип доминанты А.А.Ухтомского.
2. Понятие стереотипа. Свойства стереотипов, используемые в ПР. Психологическая природа стереотипов.
3. Законы восприятия.
4. Формы проявления стереотипов: кодирование общественного сознания, миф, имидж. «Вечные» стереотипы, отрицательные и положительные стереотипы, типовые стереотипы.
5. Основные приемы выявления стереотипов.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он выполнил задание круглого стола в полном объеме; самостоятельно и рационально выбрал подходящую модель решения проблемы, сделал выводы. При этом возможны небольшие недочеты, не имеющие принципиального характера, которые студент легко устраняет после подсказки преподавателя.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если не выполнены требования к оценке «зачтено».

6. Методические материалы для освоения дисциплины

Обучение по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы студентов. Практические занятия дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем. Студент должен:

- внимательно прочитать материал предыдущей лекции;
- узнать тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постараться уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- записать возможные вопросы, которые необходимо задать лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям. Студент должен:

- внимательно прочитать материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;

- выписать основные термины;
- ответить на контрольные вопросы по семинарским занятиям, подготовиться дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уяснить, какие учебные элементы остались неясными и постараться получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

Подготовка к дискуссии представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:
- самостоятельно выбрать тему (проблему) дискуссии;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Выбранная студентом тема (проблема) должна быть актуальна на современном этапе развития, должен быть представлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса студент должен ознакомиться со следующей учебно-методической документацией:
- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с Учебным планом в форме зачета в 7 семестре для студентов очной и очно-заочной формы обучения и на 5 курсе для студентов заочной формы обучения. Студенты допускается к зачету по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Итоговый контроль знаний студентов может осуществляться в разных формах:

1. в билетной форме (по 2 вопроса в билете);
2. в форме электронного тестирования (в каждом варианте – 20 вопросов). Все задания закрытого типа, как альтернативного, так и неальтернативного типа.

При подготовке к итоговому контролю рекомендуется повторить основные термины и понятия по дисциплине.

В ходе самостоятельной работы студент может:

–Освоить знание теоретического материала по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т.д.).

–Закрепить знания теоретического материала практическим путем (выполнение контрольных работ, тестов для самопроверки).

–Применить полученные знания и практические навыки для анализа ситуации и выработки правильного решения (подготовка к семинару или дискуссии, написание реферата).

–Применение полученных знаний и умений для формирования собственной позиции, теории, модели (использование полученных знаний для написания выпускной квалификационной работы (проекта), для научно- исследовательской работы).

Перечисленные виды самостоятельной работы соответствуют разным моделям обучения:

–Обучение, как получение знаний о чем-то.

–Формирование в процессе обучения понимания студентом предмета изучения. Студент не только знает, но и умеет сопоставлять различные идеи, сравнивать, выделять общее и различия, тенденции развития, взаимоотношениях идей, может соотносить эти идеи со своими собственными представлениями.

–Умение применять изученные идеи, при необходимости их моделировать в соответствии с собственным контекстом, находить оптимальные решения.

–Обучение как развитие личности. При этом обучающийся осознает себя частью изучаемого им мира, в котором он собирается действовать.

Задания для самостоятельной работы студентов.

Работа над **теоретическим материалом** (учебники, учебные пособия, первоисточники, научная литература, периодическая печать). При этом более эффективной эта работа будет в том случае, если студентам будут предложены специальные вопросы, сформулированные таким образом, что они требуют более активной мыслительной деятельности.

Вопросы могут быть репродуктивные (рассчитанные на запоминание) и продуктивные (рассчитанные на творческое мышление). Продуктивные вопросы позволяют сравнивать, выявлять сходство и различие, устанавливать причинно-следственные связи, выявлять характерные черты, признаки, особенности события, явления, предмета, обосновывать то или иное положение, доказательство, оценивать факт, явление, раскрывать его значение, выявлять цели, задачи, побуждать к выводам и обобщениям.

Высшей наиболее сложной формой продуктивного вопроса является проблемный. Для ответа на него чаще всего требуются дополнительные знание, поиск решения.

Закрепление теоретического материала осуществляется как посредством ответов на вышеперечисленные вопросы, так и через выполнение особых контрольных работ

Умение применять полученные знания и практические навыки показывает выполнение контрольных работ, подготовка докладов с последующим выступлением на семинаре.

График самостоятельной работы студентов **очной и очно-заочной формы обучения** определяется в начале каждого семестра и включает следующие виды заданий:

- Изучение теоретического материала по учебникам и учебным пособиям.
- Подготовка к семинарским занятиям.
- Работа над докладами.
- Выполнение письменных работ.
- Подготовка к экспресс – опросам.
- Выполнение творческих заданий научно-исследовательского характера для последующего выступления на научных студенческих конференциях и семинарах (решение кейс-задач, подготовка к участию в круглом столе).
- Подготовка к зачету

Студенты **заочного отделения** выполняют следующие виды самостоятельной работы:

- Изучение теоретического материала курса по учебникам, учебным пособиям, первоисточникам.
- Проработка и закрепление учебного материала по специальным вопросам.
- Подготовка к семинарским занятиям последующей сессии по предложенным преподавателем вопросам.
- Подготовка и проведение круглого стола по дисциплине.
- Решение кейс-задач.
- Подготовка к зачету.

Формы контроля самостоятельной работы.

Самостоятельная работа будет результативной при условии контроля ее результатов со стороны преподавателя. При этом для ее стимулирования преподаватель должен учитывать ее результаты в ходе итоговой аттестации по данной дисциплине.

При этом **формы контроля** должны быть разнообразными:

- Проверка решения кейс-задач.
- Заслушивание докладов, сообщений как индивидуальных, так и групповых на семинарских занятиях.
- Тестирование.
- Экспресс – опросы и другие формы.

Обязательным условием эффективности этой формы работы является проведение консультаций как индивидуальных, так и групповых, а также обеспечение студентов всеми необходимыми методическими разработками по данному курсу.

Вопросы для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти».

Тема 1. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (Паблик Рилейшнз).

Понятие Паблик рилейшнз. Определения Паблик рилейшнз. Принципы и функции Паблик рилейшнз. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Экономические, политические, социальные и идеологические предпосылки возникновения и развития связей с общественностью как профессии, социального института, области знания и сферы предпринимательства. Объект и субъект связей с общественностью. Принципы, функции, цели и задачи связей с общественностью. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Задачи и цели. СО и журналистика, СО и реклама, СО и паблисити, СО и менеджмент, СО и маркетинг, СО и пропаганда. Характеристика рынка PR-услуг в России. Общественность в сфере Паблик рилейшнз. Паблик рилейшнз и пропаганда. Паблисити.

Тема 2. Информационные процессы в обществе и управление.

Информационные процессы в обществе и управление. Коммуникации в организациях. ПР в политике. ПР в бизнесе. ПР и средства массовой информации. Средства взаимодействия. Общественное мнение как структурный элемент ПР. Три кита влияния в СО: когнитивный, аффективный и конативный аспекты установки. Основные этапы кругового процесса в СО: исследование проблемы и постановка целей, разработка стратегии и тактики PR-программы, реализация программы по приоритетам, оценка эффективности и внесение корректировок. Общая характеристика эффективных методов и приемов воздействия в СО. Взаимодействие со средствами массовой информации..

Использование устного и печатного слова, фотографии, киноаудиовизуальных средств, рекламы, выставок и др. Технологии исследований в СО.

Тема 3. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.

Информационная политика государственных и муниципальных органов власти. Правовые основы ПР. Основные организационные формы ПР и практические мероприятия ПР. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу взаимодействия государственности и управления с гражданами, средствами массовой информации, политическими партиями и движениями, коммерческими и некоммерческими организациями. Профессиональная этика и особенности этики государственных служащих. Профессиональная этика журналиста. Правила профессионального поведения специалиста по связям с общественностью. Минимальные стандарты качества в СО. Основные жанры журналистики и ПР. Подготовка и проведение пресс-конференции. Брифинги. Интервью.

и т.д.

Темы докладов по связям с общественностью в органах власти.

1. Понятие, функции и направления деятельности в связях с общественностью.
2. История развития связей с общественностью в XIX-XX вв.
3. Связи с общественностью в контексте теорий социальной коммуникации.
4. Связи с общественностью в контексте теорий общественного мнения и масс-медиа.
5. Правовые основы деятельности по связям с общественностью в РФ.
6. Профессиональные ассоциации PR в России. Этические принципы работы PR-специалистов.
7. «Черный» PR: происхождение термина, его содержание, различие в юридической и этической оценке в США, ЕС и России.
8. Модель R.A.S.E. в связях с общественностью: описание стадий PR-кампании.
9. Понятие «общественности». Моделирование общественности и целевые аудитории.
10. Организационные принципы публичного PR-мероприятия.
11. Институт государственных PR в России: структура и функции.
12. Региональные службы по связям с общественностью в системе государственного управления.
13. Специфика публичных коммуникаций органов государственной власти с общественностью.
14. Формы взаимодействия органов государственной власти и общественных объединений.
15. Политический консалтинг в контексте государственного управления.
16. Связи с общественностью как комплекс электоральных технологий.
17. Лоббистская деятельность как направление политических PR в России и за рубежом.
18. Стратегические основы государственной информационной политики в РФ.
19. Законодательство РФ в сфере регулирования производства, получения и публичного

распространения информации.

20. Методы формирования публичного имиджа должностного лица или ведомства в системе государственного управления.
21. Виды кризисов в деятельности органов государственной власти и антикризисные PR-технологии.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7.1 Основная литература

№	Авторы, составители	Название	Издательство, год	Кол.экз. в библиотеке	Наличие в ЭБС
1	В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова	Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2021.	2	https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-474520#page/1
2	Г. А. Борщевский.	Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2021.	1	https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-473039#page/1
3	под редакцией М. М. Васильевой.	Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2021.	80	https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-468088#page/1
4	Чумиков, А.Н.	Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2021.	5	https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-praktikum-474171#page/1

7.2 Дополнительная литература

1	Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков.	Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов — 2-е изд.	Москва : Издательство Юрайт, 2021.	195/80	https://urait.ru/viewer/sovremen

					naya-press-sluzhba-474720#page/1
2	М. М. Васильевой.	Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата	М. : Юрайт , 2017.	10	
3	Жильцова, О. Н.	Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата	М. : Юрайт , 2017	80	https://www.biblio-online.ru/viewer/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D#page/1
4	Синяева И.М.	Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: толковый словарь	М.: Дашков и Ко, 2016	80	http://www.iprbookshop.ru/14616.html.

7.3 Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1 Конституция Российской Федерации (принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.constitution.ru/

2 Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-1 "О средствах массовой информации" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.garant.ru/10164247/

3 Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.garant.ru/12148555/

7.4 Интернет-ресурсы

Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины		
1	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	http://window.edu.ru/window/library
2	Электронная библиотека Российской государственной библиотеки	http://www.rsl.ru/ru/s2/s101/
3	Электронная библиотека учебников	http://studentam.net/
4	Федеральный портал «Российское образование»	http://www.edu.ru/

5	Сайт Института современного развития (ИНСОР)	www.riocenter.ru

7.5 Иные источники

Не предусмотрено.

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимо материально-техническое обеспечение учебных аудиторий (наглядными материалами, экраном, мультимедийным проектором с ноутбуками (ПК) для презентации учебного материала, выходом в сеть Интернет, программными продуктами Microsoft Office (Excel, Word, PowerPoint)) в зависимости от типа занятий: семинарского и лекционного типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Для самостоятельной работы обучающимся необходим доступ в читальные залы библиотеки и/или помещение, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду организации и ЭБС.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

- Персональный компьютер с доступом в интернет
- Мультимедийный проектор
- Microsoft Windows 7 Профессиональная
- Microsoft Office профессиональный плюс 2010
- Система ГАРАНТ (Лицензия - Неограниченно)

Информационные справочные системы:

- Электронная библиотека научных публикаций (eLIBRARY.RU)
- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- ЭБС IPRbooks (Компания "Ай Пи Эр Медиа")
- ЭБС Издательства "Лань"
- ЭБС "ЮРАЙТ"
- Справочно-правовая система ГАРАНТ
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс»