Ильина Любовь Николаевна
Подписано: Ильина Любовь Николаевна
DN: cn=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=ilub@chieb.ranepa.ru
Дата: 2026.05.04 14:37:23 +03'00'

Приложение 4

к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.12 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

(код и наименование направления)

«Государственная и муниципальная служба»

(наименование образовательной программы)

Очная/очно-заочная

(форма(ы) обучения)

Год набора – 2025

Чебоксары

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Кириллова Алевтина Александровна, доцент кафедры государственного и муниципального управления

Заведующий кафедрой:

И.о. заведующего кафедрой государственного и муниципального управления, кандидат исторических наук, доцент Петухов А.В.

РПД Б1.В.12 «Связи с общественностью в органах власти» одобрена на заседании кафедры государственного и муниципального управления
Протокол от 30 августа 2024 г. № 1

Актуализация РПД Б1.В.12 «Связи с общественностью в органах власти» одобрена на заседании кафедры государственного и муниципального управления
Протокол от 30 октября 2025 г. № 3

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы ……
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы……...
3. Содержание и структура дисциплины……..
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания …….
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам ……
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине……..….
7. Методические материалы по освоению дисциплины ……..…
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»……..….
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы…….……..

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

Дисциплина Б1.В.12 Связи с общественностью в органах власти обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС *(при наличии)*	**Код компетенции**	**Наименование компетенции**	**Код индикатора достижения компетенций**	**Наименование индикатора достижения компетенций**	**Образовательный результат**
	ПКс-1	Способен осуществлять эффективное взаимодействие с гражданами и негосударственными институтами в процессе осуществления 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	ПКс-1.1. З-2. Знает принципы публичного маркетинга. ПКс-1.1. З-3. Знает методологию маркетинговых и социологических исследований. ПКс-1.1. З-1. Знает основы социологии и психологии восприятия. ПКс-1.1. З-2. Знает принципы публичного маркетинга. ПКс-1.1. З-3. Знает методологию маркетинговых и социологических исследований. ПКс-1.1. У-1. Умеет проводить маркетинговые и социологические исследования для выявления потребностей, ожиданий и уровня удовлетворённости граждан и некоммерческих организаций. ПКс-1.1. У-2. Умеет применять психологические и социологические подходы для проектирования более эффективных форм

				в процессе осуществления государственного и муниципального управления	взаимодействия, информирования и вовлечения.
			ПКс-1.2	Способен 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	ПКс-1.2. З-1. Знает инструменты маркетинга в публичном секторе. ПКс-1.2. З-2. Знает особенности правового и организационного статуса государственных и муниципальных служащих при взаимодействии с внешними аудиториями. ПКс-1.2. З-3. Знает базовые нормы деловой и межкультурной коммуникации на иностранном языке. ПКс-1.2. У-1. Умеет разрабатывать и реализовывать маркетинговые инициативы, направленные на повышение доступности, узнаваемости и качества взаимодействия с госсектором. ПКс-1.2. У-2. Умеет эффективно представлять позицию органа власти в диалоге с гражданами, СМИ и организациями, используя клиентоориентированный и этичный подход.

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

Очная форма:

3,00 з.е., 108 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 48 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 16 ак.час на лекции, 32 ак.час на практические занятия. 60 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.12 Связи с общественностью в органах власти реализуется на 7-м семестре 4-го курса после изучения дисциплин:

- Система государственного и муниципального управления,
- История государственного управления,
- Управление проектами.

Очно-заочная форма:

3,00 з.е., 108 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 28 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 12 ак.час на лекции, 16 ак.час на практические занятия. 80 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.12 Связи с общественностью в органах власти реализуется на 7-м семестре 4-го курса после изучения дисциплин:

- Система государственного и муниципального управления,
- История государственного управления,
- Управление проектами.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час												Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа			
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)						
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР	
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1.	Предмет, структура, основные функции общественных отношений	12	2			4								6	Опрос, Тестирование, Доклад

Тема 2.	Информационные процессы в обществе и управление	12	2			4							6	Опрос, Доклад
Тема 3.	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития	12	2			2							8	Опрос, Доклад
Тема 4.	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления	14	2			6							6	Опрос, Тестирование, Доклад
Тема 5.	Связи с общественностью в системе административного и политического управления	12	2			2							8	Опрос, Кейс-задание, Доклад
Тема 6.	Планирование, организация и проведение политических ПР-компаний	14	2			4							8	Опрос, Тестирование, Круглый стол, Доклад
Тема 7.	Связи с общественностью в избирательных компаниях	14	2			4							8	Опрос, Тестирование, Доклад

Тема 8.	Кризисные ПР в государственном и муниципальном управлении	12	2			4							6	Опрос, Кейс-задание, Доклад
Промежуточная аттестация		6				2							4	Зачет с оценкой
Итого		**108**	**16**			**32**							**60**	

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	**Наименование тем и (или) разделов**		**Объем дисциплины, ак.час**												**Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации**
		ВСЕГО	**Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий**									**Самостоятельная работа**			
			Период теоретического обучения						**Период промежуточной аттестации (сессия)**						
			Занятия лекционного типа		**Занятия семинарского типа**		**ИК**	**КСР**	**КЭ**	**Кат тэк**	**Контроль**	**СРкр**	**СРэк**	**СР**	
			Л	**ВЛ**	**ЛР**	**ПЗ**									
Тема 1.	Предмет, структура, основные функции бщественных	12	1			2								9	Опрос, Тестирование,

	отношений													Доклад
Тема 2.	Информационные процессы в обществе и управление	12	1			2							9	Опрос, Доклад
Тема 3.	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития	12	2			2							8	Опрос, Доклад
Тема 4.	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления	14	2			2							10	Опрос, Тестирование, Доклад
Тема 5.	Связи с общественностью в системе административного и политического управления	12	1										11	Опрос, Кейс-задание, Доклад
Тема 6.	Планирование, организация и проведение политических ПР-компаний	14	1			2							11	Опрос, Тестирование, Круглый стол, Доклад
Тема 7.	Связи с общественностью в	14	2			2							10	Опрос, Тестирование,

	избирательных компаниях													Доклад
Тема 8.	Кризисные ПР в государственном и муниципальном управлении	12	2			2							8	Опрос, Кейс-задание, Доклад
Промежуточная аттестация		6				2							4	Зачет с оценкой
Итого		**108**	**12**			**16**							**80**	

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

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет, структура, основные функции общественных отношений. ПКс-1.1, ПКс-1.2

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. ПКс-1.1, ПКс-1.2

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. ПКс-1.1, ПКс-1.2

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. ПКс-1.1, ПКс-1.2

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. ПКс-1.1, ПКс-1.2

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. ПКс-1.1, ПКс-1.2

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. ПКс-1.1, ПКс-1.2

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. ПКс-1.1, ПКс-1.2

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

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.12 Связи с общественностью в органах власти входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также

«ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

правильных ответов из нескольких вариантов предложенных		2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3.Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.12 Связи с общественностью в органах власти используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

доклад, опрос, тестирование, кейс-задания, круглый стол.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

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

Вопросы для опроса:

1 Дайте определение понятию «Связи с общественностью». Подберите синонимы к словосочетанию «Связи с общественностью».

2 Какова цель PR? Перечислите задачи PR.

3 Объясните на примерах понятия «Субъект PR» и «Объект PR»
4 Перечислите принципы, на которых основывается PR-деятельность. Более подробно раскройте один из принципов
5 С какими науками и дисциплинами родственны СО?
6 Какова цель такого процесса, как управление? Объясните суть социального управления
7 Согласны ли вы с утверждением «Информация – важнейший ресурс социального управления». Обоснуйте свой ответ
8 Какие методы социального управления вам известны?
9 Каковы задачи связей с общественностью в органах власти?
10 В органах власти работа специалистов по связям с общественностью имеет свои особенности. Раскройте их.
11 Сравните «PR в бизнесе» и «СО в органах власти». Найдите различия, заполните таблицу

Показатели сравнения	PR в бизнесе	СО в органах власти
Цель		
Представляемые интересы		
Ресурсы		
Ответственность		
Методы		
Окружение		

Тестовые задания:

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

Тема 2. Информационные процессы в обществе и управление.

Вопросы для опроса:

1. Раскройте понятие «Информационное общество».

2. Каковы задачи внутренней и внешней коммуникации в организациях?

3. Как общественное мнение связано со Связями с общественностью? Перечислите основные структурные элементы общественного мнения.

4. Расположите в правильной последовательности этапы разработки PR-программы:

- выбор тактики
- определение цели и задач
- выбор стратегии

5. Составьте правильные варианты ответов:

Стратегия *может быть /не может быть* изменена.

Тактика *может быть /не может быть* изменена.

6. Перечислите, с какими средствами массовой информации (СМИ) взаимодействуют специалисты по связям с общественностью? Какие методики (формы работы) они используют для взаимодействия?

7. Распределите методы исследований в связях с общественностью по группам:

Группы методов исследования	Методы
Методы анализа информации	
Методы экспертных оценок	
Методы прогнозирования	

Методы исследований в связях с общественностью:

мониторинг, сценарный метод, контент-анализ, , SWOT-анализ, метод экспертных шкал, факторный анализ, моделирование, социологические опросы, метод экспертных интервью

8. С каким событием связано первое употребление термина Pablik Relations?

9. Приведите примеры эффективных практик государственных пиар за рубежом.

10. Какие процессы стимулировали появление государственного пиар в России?

Тема 3. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития

Вопросы для опроса:

1 Дайте определение понятию «государственная информационная политика»
2 Перечислите принципы, которыми руководствуются органы власти Российской Федерации при реализации государственной информационной политики
3 Регулятивными механизмами в связях с общественностью являются правовое регулирование и саморегулирование. Раскройте сущность данных механизмов.
4 Перечислите нормативно-правовые документы на уровне Российской Федерации, которые регулируют деятельность по связям с общественностью
5 Сформулируйте вопрос, на который можно дать следующий ответ: «Статья 48 Закона «О СМИ»
6 Укажите закон (статью закона), который регулирует порядок запроса информации о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений, их должностных лиц. Коротко раскройте содержание данной статьи
7 Какую роль играет Указ Президента РФ от 12 августа 2002 г. N 885 "Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих"?
8 Дайте определения понятиям в соответствии с Федеральным законом от 13 января 1995 г. N 7-ФЗ "О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации"
- *Государственные федеральные СМИ – это …*
- *Государственные региональные СМИ – это …*
- *Информационные программы – это…*
9 Какие события в нашей стране обязательны для информирования общественности через государственные федеральные аудиовизуальные СМИ? Какие требования при этом предъявляются?
10 Последовательно перечислите стадии процесса PR-услуг, где требуется соблюдение минимальных требований (стандартов) к качеству

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

Вопросы для опроса:

1 Что такое «пресс-служба»?

2 Перечислите характерные особенности работы пресс-службы.
3 Какие личные и профессиональные качества необходимы специалисту пресс-службы органов власти, на ваш взгляд?
4 В тезисном виде раскройте основные направления деятельности пресс-служб органов власти.
5 Представьте, что вы работаете государственным служащим. С вами в команде работает пресс-секретарь. Определите ваши возможные точки взаимодействия в процессе профессиональной деятельности.
6 Какие задачи решает пресс-служба при проведении мониторинга СМИ?
7 Перечислите, какие PR- документы готовят сотрудники пресс-службы? Кратко охарактеризуйте одну форму подачи информации.
8 Подберите готовые PR-документы (материалы), определите форму их подачи.

Тестовые задания:

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 временя на подготовку дальнейших шагов

б) не допустить ухода информационного потока в нежелательное русло

в) выразить сожаление

г) все перечисленное

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

Вопросы для опроса:

1. Обоснуйте, почему PR представляет собой самостоятельную функцию менеджмента, управленческую подсистему организации.
2. Цель отделов по связям с общественностью в структуре организации.

3. Задачи отделов по связям с общественностью в структуре организации.
4. Подходы к организации подразделения по связям с общественностью.
5. Функциональные обязанности PR-подразделений
6. Опишите, в каких сферах и как используется интернет как форма глобального общественного воздействия.
7. Что собой представляет мониторинг общественного мнения.
8. Кто проводит такие мониторинги и с какой целью?
9. Примерные тематики исследований общественности.

***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).

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

Вопросы для опроса:

1 Раскройте сущность политической кампании. Кто является субъектом и объектом политической кампании?
2 Приведите пример классификации политических кампаний, коротко их охарактеризуйте.
3 Назовите этапы организации политической кампании, охарактеризуйте их.
4 Из каких этапов состоит процесс стратегического планирования политической кампании?
5 Подробно раскройте этапы разработки стратегии политической кампании и разработки плана кампании.
6 Каковы обязанности руководителя политической кампании?

7 Каким образом оценивается эффективность проведенной политической кампании?
8 Назовите ключевые элементы, которые необходимы для успешной политической кампании. Обоснуйте свой ответ.
9 Опишите один пример организации и проведения успешной политической кампании.

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.

Тестовые задания:

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

Тема 7. Связи с общественностью в избирательных компаниях

Вопросы для опроса:

1 Дайте определение понятию «Политическая культура».
2 Какие типы политической культуры вам известны?
3 Что такое «политический маркетинг»? Перечислите виды политического маркетинга
4 Перечислите известные вам методы работы с избирателями, общественностью в активной фазе. У каждого метода выделите плюсы и минусы

5 Что такое «лоббирование»? Проведение каких работ предполагает чистый «лоббизм»?

Тестовые задания:

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

Тема 8. Кризисные ПР в государственном и муниципальном управлении.

Вопросы для опроса:

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

Кейс-задание:

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?

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает 3 (три) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,2	20
Итого:	х	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ х Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Темы 1, 2, 3, 4, 5

1 Дайте определение понятию «Связи с общественностью».
Какие синонимичные слова используются на практике для определения данного понятия?
2 С какими науками и дисциплинами родственны Связи с общественностью?
3 Каковы цель и задачи Связей с общественностью в органах власти?
4 Как общественное мнение связано со Связями с общественностью?Перечислите основные структурные элементы общественного мнения.
5 С каким событием связано первое употребление термина Pablik Relations?
6 Какие процессы стимулировали появление государственного пиар в

России?

7 Регулятивными механизмами в связях с общественностью являются правовое регулирование и саморегулирование. Раскройте сущность данных механизмов.

8 Перечислите нормативно-правовые документы на уровне Российской Федерации, которые регулируют деятельность по связям с общественностью

9 Какие личные и профессиональные качества необходимы специалисту пресс-службы органов власти, на ваш взгляд?

10 Перечислите, какие PR- документы готовят сотрудники пресс-службы? Кратко охарактеризуйте одну форму подачи информации

11 Сформулируйте вопрос, на который подходит такой ответ:
1) Подразделение по связям с общественностью создается как один из системообразующих элементов, в полном объеме выполняющий все функции PR;
2) Служба по связям с общественностью формируется в основном для выполнения чисто прикладных задач, сформулированных руководством компании по взаимодействию со СМИ ;
3) Работу по СО в организации выполняет профессиональная фирма, специализирующаяся на PR.

12 Перечислите функции, которые выполняет в организации (предприятии) PR-подразделение

КТ – 2.

Темы 6, 7, 8

1 Дайте определение понятию «*политическая кампания*». Назовите виды политических кампаний (не менее 3), укажите, какие задачи они решают

2 Какую роль играют лозунги в политических кампаниях? Приведите 2 примера лозунга, который был использован или может быть использован в период проведения политической кампании

3 Какие подходы можно использовать для оценки эффективности политической кампании?

4 Что такое «политический маркетинг»? Какие виды политического маркетинга вы знаете?

5 Опишите 3 метода, которые, на ваш взгляд, являются наиболее эффективными для использования в активной фазе избирательной кампании

6 Составьте опорную схему по теме «Типология кризиса»

7 Что с собой представляет «правительственный кризис»?

8 Какие задачи решает антикризисный ПР?

9 Разработайте алгоритм работы ПР-службы в органах власти в период

кризисной ситуации

10 Перечислите составные части антикризисной PR-программы

Критерии оценивания опроса:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
65-84	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
55-64	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

КТ – 3.

Темы 1-8.

Подготовка докладов с обсуждением.

Тематика докладов:

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.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение

наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет с оценкой) проводится в устной форме. Обучающийся получает задание, чистые маркированные листы бумаги для записей ответов и выполненных заданий, затем приступает к работе. После подготовки необходимо дать развернутые ответы на

поставленные вопросы и задания, при необходимости завершить решение выводами.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

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.

Примерные кейс-задания

Кейс-задание 1.

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).

Кейс-задание 2.

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 по кейс-заданиям:

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».

Шкала оценивания

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 40% из 100% (или 40 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации рекомендуется опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
31-40	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
21-30	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно

	оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
10-20	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-9	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Подготовка к устному опросу и тестированию

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

Тестирование обеспечивает контроль за знаниями обучающихся, способствует развитию умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы. Основными критериями оценки являются самостоятельность, правильность и скорость ответа на вопрос.

Методические рекомендации по выполнению тестовых заданий

Тестирование осуществляется с использованием информационных (в т. ч. дистанционных) образовательных технологий. Студент самостоятельно выполняет задания к каждой теме. Для выполнения тестового задания, прежде всего, следует внимательно прочитать поставленный вопрос. После ознакомления с вопросом следует приступать к прочтению предлагаемых вариантов ответа. Необходимо прочитать все варианты и в качестве ответа следует выбрать лишь один индекс (цифровое обозначение), соответствующий правильному ответу.

Тесты составлены таким образом, что в каждом из них правильным является как один, так и несколько вариантов. На выполнение теста отводится установленное ограниченное время. Как правило, время выполнения тестового задания определяется из расчета 30-45 секунд на один вопрос. После выполнения теста происходит автоматическая оценка выполнения. Результат отображается в личном кабинете обучающегося.

При подготовке к тестированию следует учитывать, что тест проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к тесту не следует просто заучивать, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации: следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся; отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья; очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам».

Методические указания по самостоятельной подготовке к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Методические рекомендации по решению кейс-заданий

Кейс-задание, кейс (case) – это конкретная практическая ситуация, рассказывающая о той или иной ситуации, в которой зачастую заложена некая проблема.

Анализ ситуации целесообразно начинать с выявления признаков нарушений в поставленной проблеме;

Корректная остановка проблемы требует ясности, четкости, а главное четкости формулировки;

Успех в решении проблемы зависит от выработки различных способов действий в данной ситуации –альтернатив;

Необходимым условием для принятия окончательного решения является выявление вариантов решения проблемы – требований к содержанию альтернатив и их обоснование; При выборе решения нужно опираться как на исторический анализ положительных и отрицательных последствий каждого, так и на анализ необходимости осуществления решений;

При составлении процедуры решения нужно ориентироваться на первоначальные цели и реальность ее воплощения.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-586637#page/1

2. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / под редакцией М. М. Васильевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20393-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-582931#page/1

Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / А.А. Марков. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 190 с. — (Высшее

образование: Бакалавриат). —DOI 10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/read?id=446849

8.2 Дополнительная литература

3. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14000-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511288

1. Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. — URL: https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-510237

2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата М. : Юрайт 2018 — URL: https://www.biblio-online.ru/viewer/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D#page/1

3. Потапов Ю. А. , Тепляков О. В. Современная пресс-служба : учебник для вузов — 2-е изд. Москва : Издательство Юрайт, 2021. — URL:https://urait.ru/viewer/sovremennaya-press-sluzhba-474720#page/1

4. Синяева И.М. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: толковый словарь М.: Дашков и Ко, 2016. http://www.iprbookshop.ru/14616.html

8.3 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. № 2124-1 "О средствах массовой информации" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.garant.ru/10164247/

3 Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.garant.ru/12148555/

8.4.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

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

Требования к аудитории:
- Лекционные
- Семинарские
- Помещения для самостоятельной работы

Требования к оборудованию:
- Доска
- проектор
- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению:
- пакет Microsoft Office

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»