

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Костина Лариса Николаевна

Должность: проректор

Дата подписания: 19.01.2025 01:34:12

Уникальный программный ключ:

1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"**

Факультет

Кафедра

Государственной службы и управления

**Теории управления и государственного
администрирования**

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

Л.Н. Костина

27.04.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.01.01

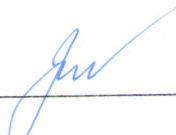
"Связи с общественностью в органах власти"

**Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление
Профиль "Региональное управление и местное самоуправление"**

Квалификация	БАКАЛАВР
Форма обучения	очная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Год начала подготовки по учебному плану	2023

Донецк
2023

Составитель(и):
, ст.препод.


_____ Т.А. Колесникова

Рецензент(ы):
канд. экон. наук, доцент


_____ Е.А. Иванина

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Связи с общественностью в органах власти" разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 г. № 1016)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление Профиль "Региональное управление и местное самоуправление", утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2023 протокол № 12.

Срок действия программы: 2023-2027

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Теории управления и государственного администрирования
Протокол от 18.04.2023 № 13

Заведующий кафедрой:
канд. экон. наук, Хасанова Е.В.


_____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Теории управления и государственного администрирования

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. № __

Зав. кафедрой канд. экон. наук Хасанова Е.Р.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Теории управления и государственного администрирования

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. № __

Зав. кафедрой канд. экон. наук, Хасанова Е.В.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Теории управления и государственного администрирования

Протокол от " ____ " _____ 2026 г. № __

Зав. кафедрой канд. экон. наук, Хасанова Е.В.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Теории управления и государственного администрирования

Протокол от " ____ " _____ 2027 г. № __

Зав. кафедрой канд. экон. наук, Хасанова Е.В.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
Целью освоения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» является изучение основных теоретических подходов и взглядов на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления. Формирование базового понятийного аппарата, необходимого для восприятия и осмысления информационных процессов в органах власти.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
Изучить предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти. Приобрести знания, умения и навыки в областях:	
<ul style="list-style-type: none"> - планирования и аналитической деятельности связей с общественностью в органах власти; - организации работы со средствами массовой информации, особенностях работы с интернет-коммуникациями; - организации и специфики внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти; - организация PR-проектов в органах власти. 	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.ДВ.01
<i>1.3.1. Дисциплина "Связи с общественностью в органах власти" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Теория управления	
Деловые коммуникации	
Система государственного и муниципального управления	
<i>1.3.2. Дисциплина "Связи с общественностью в органах власти" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Муниципальное управление и местное самоуправление	
Общественный контроль в государственном и муниципальном управлении	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ИД-ПК-6.2: Организовывает взаимодействие органов государственного и муниципального управления со средствами массовой информации, поддерживает связи с общественностью</i>	
Знать:	
Уровень 1	Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.
Уровень 2	Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями.
Уровень 3	Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; основы планирования и аналитической деятельности связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями.
Уметь:	
Уровень 1	Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний.
Уровень 2	Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к

	преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию.
Уровень 3	Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию; анализировать процесс функционирования государственной и муниципальной службы. Взаимодействовать с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями; гасить конфликты, быть толерантным; работать в кросс-культурном пространстве; работать на международном уровне.
Владеть:	
Уровень 1	Технологиями сбора первичной управленческой информации; профессиональной терминологией.
Уровень 2	Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; профессиональной терминологией.
Уровень 3	Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; методами анализа, способами получения и обобщения информации; профессиональной терминологией. Коммуникативными навыками, приемами урегулирования конфликтных ситуаций; способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур; навыками организации коммуникационных форм отношений с учетом социокультурных
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ИД-ПК-6.3: Оказывает информационно-методическую поддержку органам государственного и муниципального управления по привлечению общественности к участию в принятии и контроле управленческих решений</i>	
Знать:	
Уровень 1	Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления.
Уровень 2	Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями.
Уровень 3	Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями; правовую основу PR- деятельности органов власти; виды PR-кампаний.
Уметь:	
Уровень 1	Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации.
Уровень 2	Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения.
Уровень 3	Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения;

	осуществлять организацию PR-проектов в органах власти.
Владеть:	
Уровень 1	Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения.
Уровень 2	Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения; навыками установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с общественностью в сети Internet.
Уровень 3	Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения; технологиями проведения PR-кампаний; навыками установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с общественностью в сети Internet.

В результате освоения дисциплины "Связи с общественностью в органах власти" обучающийся

3.1	Знать:
	Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; основы планирования и аналитической деятельности связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти.
	Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями.
	Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями; правовую основу PR-деятельности органов власти; виды PR-кампаний.
3.2	Уметь:
	Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию; анализировать процесс функционирования государственной и муниципальной службы.
	Взаимодействовать с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями; гасить конфликты, быть толерантным; работать в кросс-культурном пространстве; работать на международном уровне.
	Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения; осуществлять организацию PR-проектов в органах власти.
3.3	Владеть:
	Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; методами анализа, способами получения и обобщения информации; профессиональной терминологией.
	Коммуникативными навыками, приемами урегулирования конфликтных ситуаций; способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур; навыками организации коммуникационных форм отношений с учетом социокультурных различий.

	Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения; технологиями проведения PR-кампаний; навыками установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с общественностью в сети Internet.
--	---

1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Связи с общественностью в органах власти" видом промежуточной аттестации является Экзамен

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Связи с общественностью в органах власти" составляет 4 зачётные единицы, 144 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Раздел 1. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления						
Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти /Лек/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти /Сем зан/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти /Ср/	4	8	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью /Лек/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью /Сем зан/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	

Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью /Ср/	4	8	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью /Лек/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью /Сем зан/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью /Ср/	4	8	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Раздел 2. Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти						
Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти /Лек/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти /Сем зан/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти /Ср/	4	8	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти /Лек/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти /Сем зан/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти /Ср/	4	10	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет-коммуникациями. /Лек/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

				Э1 Э2		
Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет- коммуникациями. /Сем зан/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет- коммуникациями. /Ср/	4	10	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Раздел 3. Раздел 3. Технологии связей с общественностью						
Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций /Лек/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций /Сем зан/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций /Ср/	4	9	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами /Лек/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами /Сем зан/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами /Ср/	4	9	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания /Лек/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания /Сем зан/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания /Ср/	4	9	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	

				Э1 Э2		
Консультация /Конс/	4	2	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК-6.3		0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий. Лекционный материал представлен в виде презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций. При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы. Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Грибенникова, Э. А.	Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления: учебное пособие (196 с.)	Владимир : Владимирский филиал РАНХиГС, 2020
Л1.2	Подобед, Д. А., Катькало, А. О., Боброва, Д. А.	Пресс-служба. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие (139 с.)	Ростов-на-Дону : ФГБОУ ВО РГУПС, 2016
Л1.3	Овчинников Ж.М., Власюк Ю.С.	Связи с общественностью в органах власти: конспект лекций для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата	Донецк: ГОУ ВПО ДонАУиГС, 2021
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Данилов, В. А.	Связи с общественностью в социальной сфере : учебное пособие (137 с.)	Москва : Изд-во РГАУ-МСХА, , 2016
Л2.2	Чилингир, Е. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию: учебное пособие (240 с.)	Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Т. А. Колесникова	Связи с общественностью в органах власти: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (профиль «Региональное управление и местное самоуправление») очной / заочной форм обучения (32 с.)	Донецк: ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2022

ЛЗ.2	Т. А. Колесникова	Связи с общественностью в органах власти : методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (профиль «Региональное управление и местное самоуправление») очной/заочной форм обучения (24 с.)	Донецк: ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2022
ЛЗ.3	Т. А. Колесникова	Связи с общественностью в органах власти : индивидуальные задания для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (профиль «Региональное управление и местное самоуправление») очной/заочной форм обучения (9 с.)	Донецк: ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2022

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Библиографическая база данных научных публикаций российских учёных	https://elibrary.ru/
Э2	Научная электронная библиотека КиберЛенинка	https://cyberleninka.ru/

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:
Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ФГБОУ ВО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС ЛАНЬ), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств. Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft №42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1С ERP УП, 1С ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Сfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3).

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

Электронный каталог изданий ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" - <http://unilib.dsum.internal/>

Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - <https://cyberleninka.ru/>

Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - <http://www.lib-dpr.ru/>

Электронно-библиотечная система "Лань" - <https://e.lanbook.com/>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <http://elibrary.ru/>

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - <https://cyberleninka.ru/>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 412 учебный корпус № 6. – комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран, телевизор, wifi- роутер; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (60), стационарная доска, выкатная, доска, демонстрационные плакаты, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0). Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти 1. Понятия информационные и политические процессы, их виды и формы.

2. Роль информации и коммуникации в современном постиндустриальном обществе.

3. Взаимосвязь информационного, когнитивного и географического пространств в реализации сценариев развития страны.

4. Основные принципы взаимодействия субъектов политики в регионе с представителями СМИ.

Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью 5. Виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждениях.

6. Проблемы проведения ситуационного анализа.

7. Типы общего анализа политической ситуации.

8. Проблемный и диагностический ситуационный анализ.

9. Понятия стратегического планирования.

Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью 10. Роль и значимость PR в демократическом обществе.

11. Роль связей с общественностью в современном обществе.

12. Связи с общественностью за рубежом: история и современность.

13. Связи с общественностью в России: история и современность.

14. Информационная открытость в государственном (муниципальном) управлении.

Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти

Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти 15.

Моделирование информационных процессов взаимодействия политической власти и гражданского общества: управленческий аспект.

16. Конструирование средствами СМИ имиджа государственной власти и государственной службы.

Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти 17. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти.

18. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.

Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет-

коммуникациями 19. Отражение реального пространства в информационном как функция Интернета.

20. Расширение свободного пространства Интернета: проблемы этического характера и пути их решения.

21. Блоги как инструмент политического общения.

Раздел 3. Технологии связей с общественностью

Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций

22. Использование новостей в региональных политических кампаниях.
23. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.
24. Основные этапы кампании по связям с общественностью.
25. Организация и проведение PR-кампаний.
26. Аналитика и планирование PR-кампаний.
27. «Чистые» и «грязные» технологии в избирательном процессе.

Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами

28. Коммуникативные технологии в государственном управлении.
29. Проектирование внешнеорганизационных коммуникаций.

Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания

30. Имидж государственной гражданской службы.
31. Имидж власти, имидж организации, имидж лидера.
32. Процесс конструирования имиджа.
33. Соотношение имиджа и репутации органа власти.
34. Понятие «имидж государственной власти».
35. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.

5.2. Темы письменных работ

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

1. Цели и задачи управления общественными отношениями.
2. Проблемы регулирования общественных отношений.
3. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.
4. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.
5. Внутрикорпоративный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении
6. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления.
7. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
8. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
9. Информационный процесс как многоуровневая система.
10. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
11. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
12. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.
13. Власть – население: формы работы, обратная связь.
14. Понятие «имидж государственной власти».
15. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
16. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.
17. Алгоритм формирования имиджа государственной власти.
18. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.
19. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.
20. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы.
21. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
22. Организация специальных мероприятий
23. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов.
24. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
25. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов.
26. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.
27. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях.
28. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.

29. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.
30. Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями.
31. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях.
32. Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями.
33. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-акции, «утечка информации», политическая и социальная реклама, заказные статьи.
34. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Связи с общественностью в органах власти" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Связи с общественностью в органах власти" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Собеседование, творческое задание, тестовые задания, реферат, доклад

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы учебной дисциплины, особое внимание, уделяя цели, задачам, содержанию дисциплины, а также отношению данной дисциплины к общему курсу подготовки специалиста.

Лекционный материал раскрывает логику дисциплины, формулирует ключевые понятия и взаимосвязи. Вместе с тем, весь объем информации, требуемый для овладения необходимыми знаниями по дисциплине, не может быть раскрыт на лекции. Успешное усвоение курса предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах его преподавания, в том числе и без непосредственного участия преподавателя.

Для рациональной организации самостоятельной работы студент должен умело распределить время, предусмотренное учебным планом для внеаудиторной работы. В общем, учебное время студентов охватывает часы, предназначенные для аудиторной (регламентированной) работы (лекции, семинарские занятия, консультации с преподавателем) и внеаудиторной (подготовка к семинарским занятиям, написанию контрольных работ, докладов, рефератов, работа с литературными источниками в библиотеке, поиск информации в сети Интернет).

Формы самостоятельной работы:

- обработки лекционного материала;
- подготовка к семинарским занятиям;
- самостоятельная работа с учебной, научной и периодической литературой;
- изучение и анализ законодательных и нормативных документов;
- поиск и обработка материалов с помощью сети Интернет;
- обобщение и анализ фактических данных;
- выполнение научных исследований;
- подготовка докладов, рефератов;
- подготовка к зачету.

Формы контроля самостоятельной работы:

- индивидуальные консультации и собеседования;
- заслушивание рефератов, промежуточных результатов исследований, докладов.

Обработка лекционного материала является важной составляющей освоения материала курса, поскольку во время лекции формируются научные основы знаний, изучается теоретический и фактический материал, выделяются основные проблемы и вопросы тематического содержания курса. Для лучшего усвоения лекционного материала после лекции следует прочитать конспект, внести необходимые правки и определить основные аспекты.

Подготовка к семинарским занятиям предусматривает:

- изучение рекомендованных к теме литературных источников;
- поиск дополнительных источников информации;
- подготовку ответов на вопросы, выносимые на семинарские занятия;
- освоение новых терминов.

При подготовке к семинарским занятиям студент обязательно ведет конспект, в котором готовит ответы на вопросы, делает выписки из обработанной литературы, составляет словарь.

Эффективность проведения занятия определяется уровнем самостоятельной подготовки студентов.

Цель проведения занятия - подвести итоги самостоятельного освоения учебного материала, теоретических источников, тематических задач, а также закрепить знания и умения по курсу.

Задача проведения семинарского занятия - привитие навыков публичного выступления, умение логически, содержательно, аргументированно, убедительно выражать свои мысли, делать правильные выводы, связывать материал учебного курса с современными проблемами функционирования социально-экономических систем и форм государственного управления.

Залогом успешного проведения семинарского занятия является тщательная подготовка к нему и рациональное распределение времени. При этом следует учитывать, что на семинарском занятии оцениваются не только ответы на основные вопросы, но и другие формы работы студентов, в том числе основательные дополнения, сообщения участие в обсуждении выступлений, правильная постановка проблемных вопросов к докладчику, доклады, презентации и т.п.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»**

**Факультет государственной службы и управления
Кафедра теории управления и государственного администрирования**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине (модулю) «Связи с общественностью в органах власти»

Направление подготовки	38.03.04	Государственное и муниципальное управление
Профиль		Региональное управление и местное самоуправление
Квалификация		бакалавр
Форма обучения		очная

Донецк
2023

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Связи с общественностью в органах власти» для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (профиль «Региональное управление и местное самоуправление») очной формы обучения

Автор(ы),

разработчик(и):

старший преподаватель, Т.А. Колесникова

должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

ФОС рассмотрен на заседании *теории управления и государственного*
кафедры *администрирования*

Протокол заседания кафедры от

18.04.2023г.

№13

дата

Заведующий кафедрой


(подпись)

Е.В. Хасанова

(инициалы, фамилия)

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»

1.1. Основные сведения об учебной дисциплине

Таблица 1.1

Характеристика учебной дисциплины
(сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	Бакалавриат
Направление подготовки	38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»
Профили	«Региональное управление и местное самоуправление»
Количество разделов учебной дисциплины	4
Часть образовательной программы	Б1.В.ДВ.01
Формы контроля	Текущий и промежуточный
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Семестр	4
Общая трудоемкость (академ. часов)	144
Аудиторная работа:	38
Лекционные занятия	18
Семинарские занятия	18
Консультации	2
Самостоятельная работа	79
Контроль	27
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	экзамен

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 1.2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
<p>ПК-6: Способен готовить предложения по совершенствованию системы государственного и муниципального управления, организовывать взаимодействие со средствами массовой информации, поддерживать связи с общественностью, привлекать общественность к участию в принятии и контроле управленческих решений, оказывать иные формы поддержки населению, в том числе и управленческое консультирование.</p>	<p>ИД-ПК-6.2: Организует взаимодействие органов государственного и муниципального управления со средствами массовой информации, поддерживает связи с общественностью</p>	<p>Знать:</p>	
		<p>Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>	<p>ПК-6.2 31</p>
		<p>Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями.</p>	<p>ПК-6.2 32</p>
<p>Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; основы планирования и аналитической деятельности связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и</p>	<p>ПК-6.2 33</p>		

		<p>усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями.</p>	
		<p>Уметь:</p>	
		<p>1. Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний.</p>	<p>ПК-6.2 У1</p>
		<p>2. Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию.</p>	<p>ПК-6.2 У2</p>
		<p>3. Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию; анализировать процесс функционирования государственной и муниципальной службы.</p> <p>Взаимодействовать с</p>	<p>ПК-6.2 У3</p>

		<p>информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями; гасить конфликты, быть толерантным; работать в кросс-культурном пространстве; работать на международном уровне.</p>	
		<p>Владеть:</p>	
		<p>1. Технологиями сбора первичной управленческой информации; профессиональной терминологией.</p>	ПК-6.2 В1
		<p>2. Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; профессиональной терминологией.</p>	ПК-6.2 В2
		<p>3. Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; методами анализа, способами получения и обобщения информации; профессиональной терминологией. Коммуникативными навыками, приемами урегулирования конфликтных ситуаций; способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур; навыками организации коммуникационных форм отношений с учетом социокультурных различий.</p>	ПК-6.2 В3
	<p>ИД-ПК-6.3: Оказывает информационно-методическую поддержку органам государственного и муниципального управления по привлечению общественности к участию в принятии и контроле управленческих решений</p>	<p>Знать:</p>	
		<p>1. Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления.</p>	ПК-6.3 З1
		<p>2. Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в</p>	ПК-6.3 З2

		<p>профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями.</p>	
		<p>3. Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями; правовую основу PR- деятельности органов власти; виды PR-кампаний.</p>	ПК-6.3 ЗЗ
		<p>Уметь:</p>	
		<p>1. Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации.</p>	ПК-6.3 У1
		<p>2. Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения.</p>	ПК-6.3 У2
		<p>3. Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения; осуществлять организацию PR-</p>	ПК-6.3 У3

		проектов в органах власти.	
		Владеть:	
		1. Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения.	ПК-6.3 В1
		2. Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения; навыками установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с общественностью в сети Internet.	ПК-6.3 В2
		3. Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения; технологиями проведения PR-кампаний; навыками установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с общественностью в сети Internet.	ПК-6.3 В3

Таблица 1.3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства
Раздел 1. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления				
1.	Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти	4	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
2.	Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью	4	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
3.	Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью	4	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
Тестовые задания по разделу 1				
Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти				
4.	Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти	4	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
5.	Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти	4	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
6.	Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет-коммуникациями	4	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
Тестовые задания по разделу 2				
Раздел 3. Технологии связей с общественностью				
7.	Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций	4	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
8.	Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами	4	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
9.	Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания	4	ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3	Собеседование, творческое задание, реферат, доклад
Тестовые задания по разделу 3				

РАЗДЕЛ 2. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся. В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины.

Таблица 2.1

Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы	Вид задания									
	ЛЗ	СЗ			Всего за тему	КЗР (ТЗ)	СР (Р)	ИЗ		
		УО	Д	ТвЗ						
Р.1.Т.1.1	1	1	2	-	4	4	9	5		
Р.1.Т.1.2	1	1	2	4	8					
Р.1.Т.1.3	1	1	2	4	8					
Р.2.Т.2.1	1	1	2	-	4	4		9	5	
Р.2.Т.2.2	1	1	2	4	8					
Р.2.Т.2.3	1	1	2	4	8					
Р.3.Т.3.1	1	1	2	4	8	4			9	5
Р.3.Т.3.2	1	1	2	4	8					
Р.3.Т.3.3	1	1	2	4	8					
Итого: 100б	9	9	18	28	64	12	9			15

ЛЗ – лекционное занятие;
 СЗ – семинарское занятие;
 КЗР – контроль знаний по Разделу;
 СР – самостоятельная работа обучающегося;
 ИЗ – индивидуальное задание;
 УО – устный опрос;
 Д - доклад;
 ТвЗ – творческие задания;
 ТЗ – тестовые задания;
 Р – реферат.

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы вначале каждого семинарского/практического занятия преподавателем проводится

индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

<i>Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)</i>	<i>Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)</i>
Раздел 1. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления	
Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятия информационные и политические процессы, их виды и формы. 2. Роль информации и коммуникации в современном постиндустриальном обществе. 3. Взаимосвязь информационного, когнитивного и географического пространств в реализации сценариев развития страны. 4. Основные принципы взаимодействия субъектов политики в регионе с представителями СМИ.
Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью	<ol style="list-style-type: none"> 5. Виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждениях. 6. Проблемы проведения ситуационного анализа. 7. Типы общего анализа политической ситуации. 8. Проблемный и диагностический ситуационный анализ. 9. Понятия стратегического планирования.
Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью	<ol style="list-style-type: none"> 10. Роль и значимость PR в демократическом обществе. 11. Роль связей с общественностью в современном обществе. 12. Связи с общественностью за рубежом: история и современность. 13. Связи с общественностью в России: история и современность.

	14. Информационная открытость в государственном (муниципальном) управлении.
Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти	
Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти	15. Моделирование информационных процессов взаимодействия политической власти и гражданского общества: управленческий аспект. 16. Конструирование средствами СМИ имиджа государственной власти и государственной службы.
Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти	17. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти. 18. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.
Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет-коммуникациями	19. Отражение реального пространства в информационном как функция Интернета. 20. Расширение свободного пространства Интернета: проблемы этического характера и пути их решения. 21. Блоги как инструмент политического общения.
Раздел 3. Технологии связей с общественностью	
Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций	22. Использование новостей в региональных политических кампаниях. 23. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации. 24. Основные этапы кампании по связям с общественностью. 25. Организация и проведение PR-кампаний. 26. Аналитика и планирование PR-кампаний. 27. «Чистые» и «грязные» технологии в избирательном процессе.
Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами	28. Коммуникативные технологии в государственном управлении. 29. Проектирование внешнеорганизационных коммуникаций.
Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания	30. Имидж государственной гражданской службы. 31. Имидж власти, имидж организации, имидж лидера. 32. Процесс конструирования имиджа. 33. Соотношение имиджа и репутации органа власти. 34. Понятие «имидж государственной власти». 35. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

Критерии оценивания. Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти».

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Раздел 1. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления

Задание 1.1. Основным назначением службы по связям с общественностью в органах власти является достижение:

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

Задание 1.2. Гражданское общество по отношению к государственным структурам существует:

- б) вне рамок государственных структур;
- 7) полностью подчинено;
- 8) в рамках государственных структур;
- 9) в реверсивных отношениях.

Задание 1.3. Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:

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

Задание 1.4. Специализированная многофункциональная деятельность органов власти по организации и обеспечению отношений, направленных на содействие государству, создание благоприятного имиджа, налаживание обратной связи посредством элементов убеждения и влияния:

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

Задание 1.5. Основные функции Правительственной комиссии в сфере построения системы «Открытое правительство» являются:

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

Задание 1.6. Какая из функций связей с общественностью направлена на выработку информационной политики:

- 1) организационно-технологическая;

- 2) аналитико-прогностическая;
- 3) консультативно-методическая;
- 4) познавательная.

Задание 1.7. В основе взаимодействия общества и власти лежит принцип:

- 1) открытости;
- 2) коллективной ответственности;
- 3) взаимоуважения;
- 4) закрытости.

Задание 1.8. Осуществление связей с общественностью в органах власти полностью зависит от:

- 1) особенностей государственной структуры;
- 2) внутренней политики;
- 3) внешней политики;
- 4) принятия государственных решений.

Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти

Задание 2.1. Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия - это:

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

Задание 2.2. Функции СО(ПР) в органах власти:

- 1) СО(ПР) обеспечивают открытость власти;
- 2) службы СО(ПР) должны дозировать информацию, выходящую в СМИ;
- 3) органы власти не могут быть открытыми;
- 4) в государственных интересах сохранять режим секретности.

Задание 2.3. Наиболее действенные аргументы в обращении приводятся:

- 1) в начале текста;
- 2) в середине текста;
- 3) в конце текста;
- 4) в любом месте текста.

Задание 2.4. Пресс-конференция – это:

- 1) процесс обсуждения проблемы;
- 2) инструктаж;
- 3) встреча представителя организации с журналистами;
- 4) собрание общественности.

Задание 2.5. Что обычно распространяют посредством пресс-релизов:

- 1) аналитические материалы;
- 2) коммерческую информацию;
- 3) новости;
- 4) сплетни.

Задание 2.6. Главное требование к пресс-релизу:

- 1) наличие заголовка;
- 2) наличие общественно-значимого факта;
- 3) наличие аналитики;
- 4) наличие коммерческой информации.

Задание 2.7. Кто такой спичрайтер:

- 1) журналист;
- 2) депутат;
- 3) речеписец;
- 4) оратор.

Задание 2.8. Административный ресурс это:

- 1) Преимущественный доступ партии, кандидата к СМИ во время кампании;
- 2) Возможность влияния властей на избирательные комиссии;
- 3) Возможность подтасовки результатов голосования местными администрациями;
- 4) Возможность использования правящей элитой своего служебного положения, административных рычагов, технических средств для влияния на ход избирательной кампании и получения преимуществ перед конкурентами

Задание 2.9. Стратегия расширения электоральных сегментов - это:

- 1) Прямое привлечение новых сторонников и их переманивание;
- 2) Модернизация программы политика на уже завоеванных сегментах и репозиционирование лидеров;
- 3) Распространение существующего образа на новые сегменты электората;
- 4) Дискредитационные программы.

Задание 2.10. Пресс-карта – это:

- 1) информационная база данных;
- 2) историческая справка;
- 3) биография;
- 4) учетная карточка.

Задание 2.11. Байклайнер – это:

- 1) информационная база данных;
- 2) авторская статья для печати в прессе;
- 3) вопросы-ответы;
- 4) историческая справка.

Задание 2.12. Кейс-история – это:

- 1) факт-лист;
- 2) сообщение опыта фигуранта по решению какой-либо проблемы;
- 3) авторская статья для печати в прессе;
- 4) пресс-релиз.

Задание 2.13. Медиакит – это:

- 1) пакет документов и материалов для СМИ;
- 2) пресс-релиз;
- 3) фоновый материал;
- 4) факт-лист.

Раздел 3. Технологии связей с общественностью

Задание 3.1. Теоретически утверждают, что основными факторами, влияющими на политический выбор, являются:

- 1) Политическая культура, вероисповедание, политические традиции, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия;
- 2) Политическая культура, социальный статус, условия и характер трудовой деятельности, возраст, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия;
- 3) PR-кампания по продвижению кандидата, привычки голосования электората, обстоятельства проведения избирательной кампании;
- 4) Все вместе в совокупности.

Задание 2.2. К технологиям групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях относятся:

- 1) Митинги, встречи с избирателями, политические дебаты, телевизионные политические ролики;
- 2) Политические дебаты, адресная и безадресная рассылка, кампания «от двери к двери»;
- 3) Митинги, встречи с избирателями, директ-маркетинг, кампании «из двери в дверь»;
- 4) Сбор подписей, митинги, встречи с избирателями.

Задание 3.3. Имидж носит характер:

- 1) Подписной;
- 2) Общий;
- 3) Стереотипный;
- 4) Частный.

Задание 3.4. За имидж фирмы отвечает не только отдел ПР, но и:

- 1) конкуренты;
- 2) сотрудники;
- 3) клиенты;
- 4) партнеры.

Задание 3.5 Лоббирование – это:

- 1) процесс влияния заинтересованных лиц на поставщиков с целью снижения оптовых цен;
- 2) процесс влияния коллектива на представителей профсоюза своей организации с целью получения отчета о потраченных руководством средствах;
- 3) процесс влияния заинтересованных лиц, групп на принятие решения властными структурами;
- 4) нет правильного ответа.

Задание 3.6. Основными факторами, влияющими на политический выбор являются:

- 1) Политическая культура, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия, административный ресурс;
- 2) Политическая культура, социальный статус, условия и характер трудовой деятельности, возраст, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия;

3) Рекламная и PR-кампания по продвижению кандидата, привычки голосования электората, степень соответствия характеристик кандидата ожидаемым характеристикам лидера;

4) Все в совокупности.

Задание 3.7. Формирование общенациональной политики, продвижение национальных программ:

1) PR-партии;

2) GR «Government Relations»;

3) само –PR;

4) государственный PR.

Задание 2.8. Главное отличие PR от рекламы в том, что:

1) PR ориентирован на продвижение на рынке;

2) PR ориентирован на продвижение в обществе;

3) PR ориентирован на продвижение товара;

4) PR ориентирован на продвижение идеи.

Задание 3.9. В основе событийного PR лежит:

1) новость;

2) забытое событие;

3) черный PR;

4) сенсация.

Задание 3.10. Какой функции у ПР нет:

1) аналитико-прогностической;

2) консультативно-методической;

3) контрольно-ревизионной;

4) социально-гуманистической.

Задание 3.11. К формам политической PR-коммуникации в прессе относятся:

1) Журналистские публикации, подготовленные на основе материалов, предоставленных PR-службами (интервью, политические портреты, портретные очерки), программные документы и выступления (речи, обращения, дискуссионные материалы) политиков;

2) Программные документы, объявления, политические листовки, политические портреты;

3) Интервью, публикации в форме традиционных журналистских жанров, обращения политиков;

4) Журналистские публикации, подготовленные на основе материалов, предоставленных PR-службами (интервью, политические портреты, портретные очерки), политические листовки, объявления.

Задание 3.12. Известно, что в задачи медиарилейшнз в избирательной кампании входит:

1) Оперативное распространение информации о деятельности партии;

2) Предоставление материалов для печати;

3) Ответы на вопросы прессы;

4) Все в совокупности.

Задание 3.13. Чем, как правило, занят спиндоктор:

1) созданием благоприятного имиджа;

- 2) исправлением освещения события;
- 3) написанием политических речей;
- 4) психотерапией.

Задание 3.14. Какое из предложенных утверждений вам кажется правильным?

- 1) «Отвергающий электорат» - сторонники одного кандидата по отношению к его конкурентам;
- 2) «Устойчивый электорат» - часть электората, которая намерена принять участие в выборах, но еще не определилась за кого голосовать;
- 3) «Противники» - часть электората, у которой в предвыборный период сформировалось негативное отношение к выборам;
- 4) «Сомневающийся электорат» - часть электората, у которой в предвыборный период еще не сформировалась устойчивая потребность участия в выборах, либо она не определилась, за какого кандидата именно будет голосовать.

Задание 3.15. Основными факторами, влияющими на политический выбор являются:

- 1) Политическая культура, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия, административный ресурс;
- 2) Политическая культура, социальный статус, условия и характер трудовой деятельности, возраст, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия;
- 3) Рекламная и PR-кампания по продвижению кандидата, привычки голосования электората, степень соответствия характеристик кандидата ожидаемым характеристикам лидера;
- 4) Все в совокупности.

Задание 3.16. К технологиям групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях относятся:

- 1) Митинги, встречи с избирателями, политические дебаты, телевизионные политические ролики;
- 2) Политические дебаты, адресная и безадресная рассылка, кампания «от двери к двери».
- 3) Митинги, встречи с избирателями, директ-маркетинг, кампании «из двери в дверь»;
- 4) Сбор подписей, митинги, встречи с избирателями.

Задание 3.17. Известно, что в задачи медиарилейшнз в избирательной кампании входит:

- 1) Оперативное распространение информации о деятельности партии;
- 2) Предоставление материалов для печати;
- 3) Ответы на вопросы прессы;
- 4) Все в совокупности.

2.3. Рекомендации по оцениванию эссе (рефератов, докладов, сообщений).

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

1. Основные модели развития связей с общественностью (Паблик рилейшнз).
2. Коммуникативный подход к осуществлению власти в современном обществе.
3. Механизмы прямой и обратной связи в системе власти и управления.
4. Объективные потребности органов власти в связях с общественностью.
5. Профессиональные и общественно значимые приоритеты PR-деятельности.
6. Сущность и значение информационного процесса в работе PR-специалиста.
7. Понятие «информационная структура» и её функции в органе власти.
8. 3 Суть и значение государственных информационных ресурсов.
9. Цели и функции формирования единого информационного пространства в стране.
10. Сущность, объект и предмет государственной информационной политики.
11. Концепции информационной политики в условиях модернизации страны.
12. Взаимосвязь внутренней, внешней и информационной политики государства в условиях глобализации.
13. Принципы и механизмы государственной информационной политики.
14. Актуальные проблемы построения в России информационного общества.
15. Новая информационно-коммуникативная среда: состояние, проблемы, вызовы.
16. Основы безопасности в информационной сфере деятельности власти и управления.
17. Главные функции связей с общественностью в государственных структурах.
18. Основные задачи пресс-центра (пресс-службы) подразделения по связям с общественностью госучреждения.
19. Принципы деятельности структур по связям с общественностью в органах власти.
20. PR-деятельность в публично-правовом процессе в трансформирующемся обществе.
21. Памятка специалиста по связям с общественностью в органе власти.
22. Основные группы PR-документов в работе пресс-группы госучреждения.
23. Методы оценки уровня эффективности PR-деятельности.

24. Особенности аналитических исследований в деятельности органа власти.
25. Информационная работа PR-специалиста в аппарате органа власти.
26. Цели и задачи связей PR-служб органов власти с массмедиа.
27. Свойства PR-информации: жанры и разновидности.
28. Официальный сайт органа власти: основные позиции и направления.
29. Особенности позиционирования органов власти в социальных сетях.
30. Работа с интернет-технологиями в пресс-службе органа власти (сайты и блоги).

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

1. Цели и задачи управления общественными отношениями.
2. Проблемы регулирования общественных отношений.
3. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.
4. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.
5. Внутрикорпоративный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении
6. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления.
7. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
8. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
9. Информационный процесс как многоуровневая система.
10. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
11. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
12. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.
13. Власть – население: формы работы, обратная связь.
14. Понятие «имидж государственной власти».
15. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
16. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.
17. Алгоритм формирования имиджа государственной власти.
18. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.

19. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.

20. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы.

21. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.

22. Организация специальных мероприятий

23. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов.

24. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.

25. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов.

26. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.

27. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях.

28. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.

29. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.

30. Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями.

31. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях.

32. Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями.

33. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-акции, «утечка информации», политическая и социальная реклама, заказные статьи.

34. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ.

2.4.Рекомендации по оцениванию творческих заданий

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Обучающийся демонстрирует отчетливое и свободное владение

	<p>концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа</p>
<p>Хорошо</p>	<p>Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа</p>
<p>Удовлетворительно</p>	<p>Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ</p>
<p>Неудовлетворительно</p>	<p>Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе</p>

* Представлено в таблице 2.1.

ТВОРЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Задание 1

Прокомментируйте ряд высказываний исследователей о неограниченных возможностях СМИ в области информационного и политического воздействия на политическое сознание граждан: - «иметь важную информацию – значит, иметь власть; уметь отличать важную информацию от несущественной – означает обладать еще большей властью; возможность распространять важную информацию в собственной режиссуре или умалчивать о ней – означает иметь двойную власть»; - «при рассмотрении влияния массовых коммуникаций на

политические процессы российские политологи отмечают, что в постиндустриальном обществе решающим управленческим ресурсом становится наличие знаний и владение информацией, тогда как роль финансов и непосредственно государственного принуждения становится все менее значительной. Причем, функцию основных распространителей знаний, имеющих социальное значение, в настоящее время выполняют СМИ».

Задание 2

Практическое задание «Преимущества и недостатки отдельных видов СМИ»

Заполните таблицу, выделив в каждой графе несколько пунктов:

№	СМИ	Преимущества	Недостатки
1.	Телевидение	1	1
		2	2
		3	3
2.	Радио	-"-	-"-
3.	Журналы	-"-	-"-
4.	Газеты	-"-	-"-
5.	Интернет	-"-	-"-

Задание 3

Практическое задание «Сообщение и коммуникация»

Выберите одну из широко обсуждаемых в СМИ политических, деловых либо международных тем. Подготовьте экспресс-информацию по выбранной теме на основе материалов 5-6 газет или журналов за последнюю неделю. Какую роль в каждом из случаев играют следующие сообщения:

1. Слова
2. Выражение лица
3. Глаза
4. Манера поведения
5. Находчивость

Согласны ли вы с мыслью, что все вышеперечисленное и есть сообщение, влияющее на аудиторию? Аргументируйте свой ответ.

Задание 4

Сравните определения «информационной войны», данные разными авторами: - «Информационная война состоит из действий, предпринимаемых для достижения информационного превосходства в обеспечении национальной военной стратегии путем воздействия на информацию и информационные си- 33 стемы противника с одновременным укреплением и защитой нашей собственной

информации и информационных систем» (Директор информационных войск Министерства обороны США); - Информационная война - это коммуникативная технология по воздействию на массовое сознание с долговременными и кратковременными целями (Г.Г. Почепцов)

Задание 5

Проанализируйте модели массовой культуры (модели Ю. Лотмана, Дж. Фиске, Р. Ходжа - Г. Кресса, Л. Ионина и Т. Чередниченко) и отметьте их сходство и отличие. Поразмышляйте над тем, насколько знание их особенностей важно для современного человека?

Задание 6

Используя характеристики корпоративного имиджа, попробуйте разработать концепцию имиджа (на выбор):

- высшего учебного заведения;
- завода по производству минеральной воды;
- магазина, продающего компьютеры;
- рекламного агентства;
- банка.

Перечень контрольных вопросов для промежуточной аттестации (экзамен) по учебной дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»

1. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти.
2. Понятия информационные и политические процессы, их виды и формы.
3. Роль информации и коммуникации в современном постиндустриальном обществе.
4. Взаимосвязь информационного, когнитивного и географического пространств в реализации сценариев развития страны.
5. Моделирование информационных процессов взаимодействия политической власти и гражданского общества: управленческий аспект.
6. Виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждениях.
7. Проблемы проведения ситуационного анализа.
8. Типы общего анализа политической ситуации.
9. Проблемный и диагностический ситуационный анализ.
10. Понятия стратегического планирования.
11. Конструирование средствами СМИ имиджа государственной власти и государственной службы.
12. Использование новостей в региональных политических кампаниях.

13. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.
14. Основные принципы взаимодействия субъектов политики в регионе с представителями СМИ.
15. Отражение реального пространства в информационном как функция Интернета.
16. Расширение свободного пространства Интернета: проблемы этического характера и пути их решения.
17. Блоги как инструмент политического общения.
18. Коммуникативные технологии в государственном управлении.
19. Проектирование внешнеорганизационных коммуникаций.
20. Имидж государственной гражданской службы.
21. Имидж власти, имидж организации, имидж лидера.
22. Процесс конструирования имиджа.
23. Основные этапы кампании по связям с общественностью.
24. Организация и проведение PR-кампаний.
25. Аналитика и планирование PR-кампаний.
26. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.
27. Роль и значимость PR в демократическом обществе.
28. Соотношение имиджа и репутации органа власти.
29. Понятие «имидж государственной власти».
30. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
31. Роль связей с общественностью в современном обществе.
32. Связи с общественностью за рубежом: история и современность.
33. Связи с общественностью в России: история и современность.
34. «Чистые» и «грязные» технологии в избирательном процессе.
35. Информационная открытость в государственном (муниципальном) управлении.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»

Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль «Региональное управление и местное самоуправление»

Кафедра Теории управления и государственного администрирования

Учебная дисциплина Связи с общественностью в органах власти

Курс 2 **Семестр** 4 **Форма обучения** очная

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти.
2. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.

Экзаменатор: _____ Т.А. Колесникова

Утверждено на заседании кафедры « ____ » _____ 20__ г. (протокол № _____ от « ____ » _____ 20__ г.)

Зав.кафедрой: _____ Е.В. Хасанова