

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 26.12.2024 01:45:40
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

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**

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

 Л.Н. Костина

27.04.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.11 **"Управление общественными связями в государственной и
муниципальной службе"**

**Направление подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное
управление**
Профиль "Региональное управление и местное самоуправление"

Квалификация ***МАГИСТР***

Форма обучения ***очная***

Общая трудоемкость ***4 ЗЕТ***

Год начала подготовки по учебному плану ***2023***

Донецк
2023

Составитель(и):
канд. экон. наук, доцент


_____ Е.А. Иванина

Рецензент(ы):
канд. гос. упр, доцент


_____ Е.В. Кислюк

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе" разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1000)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

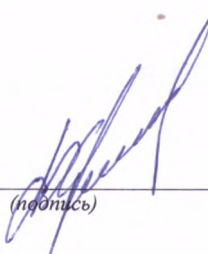
Профиль "Региональное управление и местное самоуправление", утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2023 протокол № 12.

Срок действия программы: 2023-2025

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Теории управления и государственного администрирования

Протокол от 18.04.2023 № 13

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

(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, доцент, 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, доцент, 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, доцент, Хасанова Е.В.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
дисциплина «Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе» является формирование профессиональных компетенций в сфере взаимодействия органов власти с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
В соответствии с этим в процессе изучения дисциплины «Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе» ставятся и решаются следующие задачи: сформировать базовые представления о месте, занимаемом связями с общественностью в коммуникационном обеспечении деятельности органов власти; сформировать общие профессиональные компетенции в сфере организации взаимодействия между органами власти, средствами массовой информации и другими целевыми аудиториями; сформировать компетенции в сфере подготовки и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; сформировать представления о специфике современного медиапроизводства; ознакомить с технологиями менеджмента новостей; выработать навыки создания PR-текстов, предназначенных для прессы; выработать навыки проведения мероприятий для журналистов; выработать навыки подготовки и проведения публичных мероприятий, адресованных различным целевым аудиториям.	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В
<i>1.3.1. Дисциплина "Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Кадровая политика и кадровый аудит	
Муниципальное управление и местное самоуправление	
<i>1.3.2. Дисциплина "Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Информационно-аналитическое обеспечение государственного и муниципального управления	
Научно-исследовательская работа	
Оценка эффективности государственного и муниципального управления	
Подготовка и защита выпускной квалификационной работы	
Преддипломная практика	
Экономика города и управление социально-экономическим развитием	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-2.7: Способен организовывать, планировать и осуществлять внешнекорпоративные и внутрикорпоративные связи с общественностью в органах публичной власти</i>	
Знать:	
Уровень 1	основные тенденции развития связей с общественностью в органах власти в современной России;
Уровень 2	особенности планирования работы отдела по связям с общественностью в органах власти;
Уровень 3	принципы, особенности работы с информацией, информационными ресурсами;
Уметь:	
Уровень 1	осуществлять внешне корпоративную работу отдела по связям с общественностью; осуществлять внутри корпоративную работу отдела по связям с общественностью;
Уровень 2	формировать план работы отдела по связям с общественностью в органах власти;
Уровень 3	собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство при осуществлении внешне и внутрикорпоративной деятельности в отделе по СО в ОВ;
Владеть:	
Уровень 1	навыками публичной и научной речи;
Уровень 2	методами организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;
Уровень 3	современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью;

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-2.8: Способен организовывать взаимодействие со СМИ и референтными группами</i>	
Знать:	
Уровень 1	общие подходы к работе с интернет ресурсами;
Уровень 2	принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;
Уровень 3	порядок организации специальных мероприятий отделом по связям с общественностью в органах власти; порядок организации PR- проектов
Уметь:	
Уровень 1	разрабатывать различные элементы PR-компаний;
Уровень 2	выстраивать конструктивный диалог со СМИ и референтными группами;
Уровень 3	объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;
Владеть:	
Уровень 1	методами разработки различных элементов PR-компаний
Уровень 2	методами подготовки пресс-конференций, подготовки пресс-релизов;
Уровень 3	практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью;

В результате освоения дисциплины Управление общественными связями в государственной

3.1	Знать:
	основные тенденции развития связей с общественностью в органах власти в современной России;
	особенности планирования работы отдела по связям с общественностью в органах власти;
	принципы, особенности работы с информацией, информационными ресурсами;
	принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;
	общие подходы к работе с интернет ресурсами;
	порядок организации специальных мероприятий отделом по связям с общественностью в органах власти;
	порядок организации PR- проектов
3.2	Уметь:
	собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство;
	формировать план работы отдела по связям с общественностью в органах власти;
	осуществлять внешне корпоративную работу отдела по связям с общественностью;
	осуществлять внутри корпоративную работу отдела по связям с общественностью;
	выстраивать конструктивный диалог со СМИ и референтными группами;
	разрабатывать различные элементы PR-компаний;
	объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;
3.3	Владеть:
	современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью;
	навыками публичной и научной речи;
	методами организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;
	практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью;
	методами подготовки пресс-конференций, подготовки пресс-релизов;
	методами разработки различных элементов PR-компаний

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 "Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе" видом промежуточной аттестации является Экзамен

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе" 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. Теоретические основы управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях						
Тема 1.1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях /Лек/	3	2	ПК-2.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э4	0	
Тема 1.1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях /Сем зан/	3	2	ПК-2.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э4	0	
Тема 1.1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях /Ср/	3	9	ПК-2.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э4	0	
Тема 1.2. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах /Лек/	3	2	ПК-2.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э3	0	
Тема 1.2. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах /Сем зан/	3	2	ПК-2.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э3	0	
Тема 1.2. Планирование и аналитическая	3	9	ПК-2.7	Л1.1 Л1.2	0	

деятельность связей с общественностью в государственных структурах /Ср/				Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э3		
Раздел 2. Организация работы с информационными ресурсами						
Тема 2.1. Организация работы со средствами массовой информации /Лек/	3	4	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.1. Организация работы со средствами массовой информации /Сем зан/	3	4	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э4	0	
Тема 2.1. Организация работы со средствами массовой информации /Ср/	3	9	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.2. Особенности работы с интернет-коммуникациями /Лек/	3	2	ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э4	0	
Тема 2.2. Особенности работы с интернет-коммуникациями /Сем зан/	3	2	ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э4	0	
Тема 2.2. Особенности работы с интернет-коммуникациями /Ср/	3	9	ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э4	0	
Раздел 3. Практические аспекты управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях						
Тема 3.1. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти /Лек/	3	4	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э4 Э5	0	

Тема 3.1. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти /Сем зан/	3	4	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э4 Э5	0	
Тема 3.1. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти /Ср/	3	7	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э4 Э5	0	
Тема 3.2 Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти /Лек/	3	4	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э2 Э4	0	
Тема 3.2. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти /Сем зан/	3	4	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э2 Э4	0	
Тема 3.2. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти /Ср/	3	8	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э3 Э5	0	
Тема 3.3. Организация PR-проектов в органах государственной власти /Лек/	3	4	ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э3 Э5	0	
Тема 3.3. Организация PR-проектов в органах государственной власти /Сем зан/	3	2	ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э3 Э5	0	
Тема 3.3. Организация PR-проектов в органах государственной власти /Ср/	3	8	ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э3 Э5	0	
Тема 3.4. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти /Лек/	3	2	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1	0	

				Л3.2 Э5		
Тема 3.4. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти /Сем зан/	3	4	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э5	0	
Тема 3.4. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти /Ср/	3	8	ПК-2.7 ПК-2.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э5	0	
Консультация по дисциплине /Конс/	3	2			0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1 В процессе освоения дисциплины «Муниципальное управление и местное самоуправление» используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

3.2 В процессе освоения дисциплины «Муниципальное управление и местное самоуправление» используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-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.

3.3 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	Е. А. Иванина	Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе: конспект лекций для обучающихся 1 и 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление» магистерские программы : «Региональное управление и местное	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2021

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
		самоуправление», «Государственная и муниципальная служба» очной / заочной форм обучения (156 с.)	
Л1.2	Грибенникова, Э. А.	Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления: учебное пособие (196 с.)	Владимир : Владимирский филиал РАНХиГС, 2020
Л1.3	Фролов, В. В.	Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления: учебно-методическое пособие (72 с.)	Псков : Псковский государственный университет, 2019
Л1.4	Е. А. Иванина	Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе: учебно-методическое пособие для обучающихся 1 и 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (магистерские программы: «Региональное управление и местное самоуправление», «Государственная и муниципальная служба») очной / заочной форм обучения (211 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021

2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Кривоносов, А. Д., Кудрявцева, М. Е., Пряхина, А. В.	Межкультурная коммуникация и международные связи с общественностью: учебное пособие (113 с.)	Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2020
Л2.2	Е. Н. Чижова, К. Г. Мальцев	Общество и власть : социально-экономические аспекты и публичная политика: монография (245 с.)	Белгород : Изд-во БГТУ, 2020
Л2.3	Оганян, К. М.	Социальные технологии : учебник (172 с.)	Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2018
Л2.4	Котлярова, О. В., Потапова, Е. П.	Коммуникативная компетентность государственных и муниципальных служащих: монография (187 с.)	Владимир : Владимирский филиал РАНХиГС, 2018
Л2.5	Короткий, С. В.	Деловые коммуникации : учебное пособие (90 с.)	Саратов : Вузовское образование, 2019

3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Е. А. Иванина	Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе : методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов 1 и 2 курса образовательной программы ВПО – магистр направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление» (магистерские программы : «Региональное управление и местное самоуправление», «Государственная и муниципальная служба») очной / заочной форм обучения (28 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2019
Л3.2	Е. А. Иванина	Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе : методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов 1 и 2 курса образовательной программы ВПО – магистр направления подготовки 38.04.04 «Государственное и	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2019

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
		муниципальное управление» (магистерские программы : «Региональное управление и местное самоуправление», «Государственная и муниципальная служба») очной / заочной форм обучения (28 с.)	
4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	И Василенко. Связь с общественностью в государственных организациях и местных органах власти: западный опыт		http://vasilievaa.narod.ru/8_4_03.htm
Э2	Новиков, Д.В. Теория и практика связей с общественностью: учеб. пособие / Д.В. Новиков. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ»		https://knastu.ru/media/files/posobiya_files/i_p_raktika_svyazey_s_obshchestvennostyu_NYvA_Tv.pdf
Э3	Тендит, К.Н. Организация работы отделов связей с общественностью: учеб. пособие / К.Н. Тендит. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ».		https://knastu.ru/media/files/posobiya_files/raboty_otdelov_svyazey_s_obshchestvennostyu_SKdCjc.pdf
Э4	Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. Учебник.— М.: ИНФРА-М.		http://elitalitera.ru/wp-content/uploads/11/A-Markov-sviazi-s-obshchestvennostiu-v-organakh-vlasti.pdf
Э5	С. Черкасов. Связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления		https://cyberleninka.ru/article/n/svyazi-s-obshchestvennostyu-v-organah-gosudarstvennoy-vlasti-i-mestnogo-samoupravleniya
4.3. Перечень программного обеспечения			
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: ПСервер: 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			
Используемые информационные справочные системы: - Информационная_система – Википедия - https://ru.wikipedia.org/wiki/ - Science Research Portal - научная поисковая система, осуществляющая полнотекстовый поиск в журналах многих крупных научных издательств, таких как Elsevier, Highwire, IEEE, Nature, Taylor & Francis и др. Ищет статьи и документы в открытых научных базах данных: DOAJ, Library of Congress Online Catalog, Science.gov и др. - http://scienceresearch.com/scienceresearch/desktop/en/search.html - КиберЛенинка — научная электронная библиотека https://cyberleninka.ru/			
4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины			
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория № 414 учебный корпус № 6. –комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (80), стационарная доска, выкатная, доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0). Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: №410 учебный корпус №6. - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (26), стационарная доска, демонстрационные плакаты; 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 электроннобиблиотечную 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

Примерные тестовые задания по дисциплине

1. В какой стране был создан Институт общественных отношений (IPR).

- A. Германия.
- B. Великобритания.
- C Италия.
- D. Россия.

2. Процесс стратегического планирования в условиях функционирования современного общества (с учетом процессов его информатизации и глобализации) является:

- A. Статичным.
- B. Не развивается.
- C. Динамичным.
- D. Прорессивным.

3. "Public Relations" – это:

- A. это планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью, где под "общественностью организации" понимаются работники, партнеры и потребители (как местные, так и зарубежные).
- B. это непланируемые, кратковременные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью, где под "общественностью организации" понимаются работники, партнеры и потребители (как местные, так и зарубежные).
- C. публичные отношения между людьми.
- D. Взаимодействие с общественностью нацеленное на гармонизацию взаимодействия организации и ее социальных групп для усилении общественного имиджа.

4. Главными причинами достаточно распространенной привлекательности печатных изданий в обществе и поныне являются(выберите один неправильный ответ):

- A. консервативное неприятие значительной частью общества новых видов средств массовой информации;
- B. предпочтение печатных изданий в силу удобства получения информации (программу телевидения или радио можно пропустить, но газетное сообщение всегда доступно);
- C. возможность ознакомиться с аналитической и публицистической оценками происходящих событий, которые наиболее полно представлены только в печатных изданиях. Именно печатные издания на сегодняшний день играют роль основного аналитического и публицистического информатора в обществе. Уступая в той же оперативности, они наверстывают свое влияние на потребителя информации возможностью анализа (причем, во многих вариациях) любых событий и фактов.
- D. недостаточное количество заинтересованных читателей.

5. Самый простой вид исследования используемый в управлении связями с общественностью:

- a) Математический.
- b) Практический.
- c) Статистический.
- d) Дедактический.

6. PR-деятельность органов власти влияет на эффективность государственного управления на основе формирования необходимого...

- a) умения общаться между руководством;
- b) уровня поддержки на национальном уровне;

- c) уровня общественной поддержки его инициатив, как на национальном, так и на международном уровнях
- d) информационного повода для освещения нужной информации.

7. - это информация, раскрывающая объективно существующие недостатки в деятельности организации.

- A. Клеветническая информация.
- B. Критическая информация
- C. Искаженная информация.
- D. Приукрашенная информация.

8. . - это разножанровая информация, в позитивном свете представляющая обществу (сегменту общества) деятельность организации или физического лица и содействующая укреплению или раскрутке общепозитивного имиджа субъекта.

- A. положительная информация;
- B. негативная информация;
- C. неправильная информация.
- D. Клеветническая информация

9. Одна из ведущих задач "паблик рилейшнз":

- A. Создать и поддерживать состояние динамического и устойчивого равновесия – гомеостаза.
- B. Строить отношения между людьми.
- C. Поддерживать цели людей.
- D. Формировать позитивный имидж организации.

10. Аналитическая функция связей с общественностью в органах власти включает в себя:

- A. Анализ ситуаций.
- B. Прогнозирование будущего.
- C. Определение необходимости проведения конкретного вида аналитического исследования, подходящего под уровень компетенции связей с общественностью на основе актуализации тематики такого исследования.
- D. Все вышеуказанное.

11. По уровню охвата аудитории аналитические исследования в системе управления связями с общественностью делятся на:

- A. Комплексные.
- B. Выборочные.
- C. Обычные
- D. Факторные.

12. Телевизионные и радионные репортажи бывают:

- A. Развлекательные.
- B. Информационные.
- C. Тематические (специальные) и по факту (событийные).
- D. Студийные и внешние.

13. Коммуникативная функция связей с общественностью позволяет обеспечить формирование ... культуры в государственной структуре (вставьте пропущенное слово):

- A. народной;
- B. западной;
- C. корпоративной;
- D. организационной.

14. основополагающие цели связей с общественностью в органах власти направлены на обеспечение (выберите один неверный ответ).

- A. гласности
- B. открытости
- C. прозрачности
- D. честности

15. Аналитическая работа в корпоративных подразделениях по связям с общественностью в органах власти

по своей сути может вестись в двух направлениях:

- A. экономическом и политическом;
- B. социальном и политическом;
- C. духовном и социальном;
- D. экономическом и социальном.

16. В условиях функционирования информационного общества информационное обеспечение деятельности органа власти является:

- A. Операционной задачей.
- B. Важной задачей.
- C. Стратегической задачей.
- D. Тактической задачей.

17. Платформа vkontakte.ru ограничивает число приглашений в группы за один день:

- A. До 30 человек в день.
- B. До 35 человек в день.
- C. До 40 человек в день.
- D. До 20 человек

18. В какой стране первоначально появились блоги:

- A. Япония.
- B. США.
- C. Великобритания.
- D. Канада.

19. Навигация по главным разделам сайта организации будет наиболее удобно читаема при любом разрешении экрана, если размер текста будет не менее:

- A. 15 пикселей.
- B. 14 пикселей.
- C. 16 пикселей.
- D. 18 пикселей

20. Служба или специалист по связям с общественностью формирует адресную базу....

адресатов(вставьте пропущенное слово):

- A. «новых»;
- B. «полезных»;
- C. «нужных»;
- D. «специальных».

21. В работе с общественными объединениями не политического характера, государственные организации придерживаются принципа:

- A. интереса и совместности интересов;
- B. адекватности и совместности интересов;
- C. конфиденциальности и совместности интересов;
- D. независимости и объективности совместных интересов.

22. Специальные мероприятия в любой организации ориентированы на цели ее:

- A. новой политики;
- B. имиджевой политики;
- C. честной политики;
- D. целевой политики

23. Выставки (чаще всего это наглядная информация на стендах, мультимедийная презентация, «говорящие головы» и т.п.) организуются на:

- A. нейтральной территории;
- B. на арендованных площадках;
- C. в государственных зданиях;
- D. на специально предназначенных площадках.

24. Подготовительный этап специального мероприятия в отделе по связям с общественностью длится:

- A. от 10 дней до месяца;
- B. от 2-х месяцев до полугода;
- C. 4 месяца;
- D. от одной недели до месяца.

**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 «Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе»

Направление подготовки	38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Профиль	«Региональное управление и местное самоуправление»
Квалификация	магистр
Форма обучения	очная

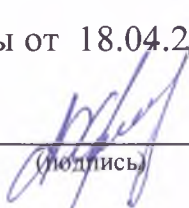
Фонд оценочных средств по дисциплине «Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе» для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки код 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (профиль «Региональное управление и местное самоуправление») очной форм (ы) обучения

Автор(ы), разработчик(и): доцент, канд. экон. наук, доцент Е.А. Иванина

ФОС рассмотрен на заседании кафедры теории управления и государственного администрирования

Протокол заседания кафедры от 18.04.2023 г. № 13

Заведующий кафедрой



(подпись)

Е.В. Хасанова

(инициалы, фамилия)

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
 по дисциплине «Управление общественными связями в государственной
 и муниципальной службе»

1.1. Основные сведения о дисциплине (модуле)

Таблица 1

Характеристика дисциплины
 (сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	магистратура
Направление подготовки	38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Профиль	Региональное управление и местное самоуправление
Количество разделов дисциплины	3
Часть образовательной программы	Часть, формируемая участниками образовательных отношений Б1.В.11
Формы текущего контроля	устный опрос, ситуационное задание, реферат, доклад (сообщение), контроль знаний по разделу
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Семестр	3
Общая трудоемкость (академ. часов)	144
Аудиторная контактная работа:	48
Лекционные занятия	24
Семинарские занятия	24
Самостоятельная работа	69
Контроль	27
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	экзамен

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

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
ПК-2	ПК-2.7. Способен организовывать, планировать и осуществлять внешнекорпоративные и внутрикорпоративные связи с общественностью в органах публичной власти	Знать:	
		1. основные тенденции развития связей с общественностью в органах власти в современной России;	ПК-2.7. 3-1
		2. особенности планирования работы отдела по связям с общественностью в органах власти;	ПК-2.7. 3-2
		3. принципы, особенности работы с информацией, информационными ресурсами;	ПК-2.7. 3-3
		Уметь:	
		1. осуществлять внешне корпоративную работу отдела по связям с общественностью;	ПК-2.7. У-1
		2. формировать план работы отдела по связям с общественностью в органах власти;	ПК-2.7. У-2
		3. собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство при осуществлении внешне и внутрикорпоративной деятельности в отделе по СО в ОВ;	ПК-2.7. У-3
		Владеть:	
		1. навыками публичной и научной речи;	ПК-2.7. В-1
2. методами организации различных видов диалогов органов публичной власти с	ПК-2.7. В-2		

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		институтами гражданского общества;	
		3. современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью;	ПК-2.7. В-3
ПК-2	ПК-2.8. Способен организовывать, планировать и осуществлять внешнекорпоративные и внутрикорпоративные связи с общественностью в органах публичной власти	Знать:	
		1. общие подходы к работе с интернет ресурсами;	ПК-2.8. 3-1
		2. принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;	ПК-2.8. 3-2
		3. порядок организации специальных мероприятий отделом по связям с общественностью в органах власти; порядок организации PR-проектов	ПК-2.8. 3-3
		Уметь:	
		1. разрабатывать различные элементы PR-компаний;	ПК-2.8. У-1
		2. выстраивать конструктивный диалог со СМИ и референтными группами;	ПК-2.8. У-2
		3. объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;	ПК-2.8. У-3
		Владеть:	
		1. методами разработки различных элементов PR-компаний	ПК-2.8. В-1

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		2. методами подготовки пресс-конференций, подготовки пресс-релизов;	ПК-2.8. В-2
		3. практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью	ПК-2.8. В-3

* Должны совпадать с РПД

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства*
Раздел 1. Теоретические основы управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях				
1.	Тема 1.1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях	3	ПК-2.7. 3-1 ПК-2.7. 3-3 ПК-2.7. В-3	Опрос, сообщение, ситуационные задания
2.	Тема 1.2. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	3	ПК-2.7. 3-2 ПК-2.7. У-1	Опрос, сообщение, ситуационные задания контрольная работа по 1 разделу
Раздел 2. Организация работы с информационными ресурсами				
3.	Тема 2.1. Организация работы со средствами массовой информации	3	ПК-2.7. 3-3 ПК-2.7. У-3 ПК-2.7. В-1 ПК-2.8. 3-2 ПК-2.8. У-2 ПК-2.8. В-3	Опрос, сообщение, ситуационные задания
4.	Тема 2.2. Особенности работы с интернет-коммуникациями	3	ПК-2.7. У-3 ПК-2.7. 3-3 ПК-2.8. 3-1 ПК-2.8. У-2	Опрос, сообщение, ситуационные задания контрольная работа по 2 разделу

Раздел 3. Практические аспекты управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях				
Тема 3.1. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	3	ПК-2.7. У-1 ПК-2.7. У-3 ПК-2.7. В-1 ПК-2.7. В-2 ПК-2.8. З-2 ПК-2.8. У-2 ПК-2.8. У-3 ПК-2.8. В-2 ПК-2.8. В-3	Опрос, сообщение, ситуационные задания	
Тема 3.2. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	3	ПК-2.7. У-3 ПК-2.7. В-1 ПК-2.7. В-3 ПК-2.8. З-3 ПК-2.8. В-2	Опрос, сообщение, ситуационные задания	
Тема 3.3. Организация PR-проектов в органах государственной власти	3	ПК-2.7. У-1 ПК-2.7. В-1 ПК-2.7. В-2 ПК-2.8. З-3 ПК-2.8. У-1 ПК-2.8. У-3 ПК-2.8. В-1	Опрос, сообщение, ситуационные задания	
Тема 3.4. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти	3	ПК-2.7. З-2 ПК-2.7. У-1 ПК-2.7. У-2 ПК-2.7. У-3 ПК-2.7. В-1 ПК-2.7. В-2 ПК-2.8. В-3 ПК-2.8. У-3	Опрос, сообщение, ситуационные задания, контрольная работа по 3 разделу	

РАЗДЕЛ 2.

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе»

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 дисциплины (модуля).

Таблица 2.1.

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

Наименование Раздела/Темы	Вид задания							
	ЛЗ	СЗ			Всего за тему	КЗР	Р (СР)	ИЗ*
		УО	СитЗ	ДИ/ДВ				
Р.1.Т.1.1	1	1	2	3	7	10	5	3
Р.1.Т.1.2	1	1	2	3	7			
Р.2.Т.2.1	1	1	2	3	7	10		
Р.2.Т.2.2	1	1	2	3	7			
Р.3.Т.3.1	1	1	2	3	7	10	3	
Р.3.Т.3.2	1	1	2	3	7			
Р.3.Т.3.3	1	1	2	3	7			
Р.3.Т.3.4	1	1	2	3	7		3	
Итого: 100б	8	8	16	24	56	30	5	9

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

РЗ – разноуровневые задания;

* другие с виды используемых заданий, предложенных в приложении 1

ПЗ – практическое занятие;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

Р – реферат.

СР – самостоятельная работа обучающегося

ИЗ – индивидуальное задание

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале 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

Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины
Раздел 1. Теоретические основы управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях	
<i>Тема 1.1</i> Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях	<ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимость и значение связей с общественностью в государственных структурах 2. Место связей с общественностью в органах власти 3. Цели деятельности связей с общественностью в органах власти 4. Принципы деятельности связей с общественностью в органах власти 5. Функции связей с общественностью в органах власти 6. Задачи связей с общественностью в органах власти
<i>Тема 1.2:</i> Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сформулируйте основные виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждении. 2. Назовите особенности аналитических исследований в органах власти. 3. Обоснуйте понятие стратегического планирования. 4. Сформулируйте сущность аналитической работы в госучреждении.

	5. Назовите уровни проведения аналитических исследований.
Раздел 2. Организация работы с информационными ресурсами	
<u>Тема 2.1.</u> Организация работы со средствами массовой информации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сформулируйте основные задачи связей с общественностью в госучреждении со средствами массовой информации. 2. Определите сущность информационной политики в органах власти. 3. Охарактеризуйте ведущие жанры и их особенности в освещении деятельности органов власти в СМИ. 4. Сформулируйте сущность и виды негативной информации СМИ. 5. Назовите эффективные способы противодействия фальсифицированной информации
<u>Тема 2.2.</u> Особенности работы с Интернет-коммуникациями	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определите важность и необходимость работы с интернет-коммуникациями в органах власти на современном этапе развития цивилизации. 2. Назовите особенности работы с блогами. 3. Охарактеризуйте особенности позиционирования органов власти в социальных сетях. 4. Сформулируйте отличия блога от твиттера. 5. Назовите основные позиции официального сайта
Раздел 3. Практические аспекты управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях	
<u>Тема 3.1.</u> Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определите сущность внешнекорпоративной работы в органах власти. 2. Назовите основные направления внешнекорпоративной работы связей с общественностью в органах власти. 3. Охарактеризуйте специфику взаимоотношений с внешними субъектами структуры власти. 4. Сформулируйте особенности специальных событий в органах власти. 5. Назовите алгоритм проведения торжественной части специального мероприятия
<u>Тема.3.2.</u> Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определите сущность внутрикорпоративной работы в органах власти. 2. Дайте определение корпоративной культуры. 3. Охарактеризуйте особенности формирования корпоративной культуры в органах власти. 4. Сформулируйте типичные внутрикорпоративные мероприятия. 5. Назовите основные этапы производства печатной продукции
<u>Теме 3.3.</u> Организация PR-проектов в органах	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сформулируйте значение реализации PR-проекта в государственном учреждении. 2. Назовите основные этапы подготовки и

<p>государственной власти</p>	<p>реализации PR-проекта. 3. Охарактеризуйте особенности осуществления PR-проектов в органах власти. 4. Сформулируйте отличия реализации PR-проектов в органах власти и коммерческих структурах. 5. Назовите специфику осуществления PR-проекта в органах судебной власти 6. Дайте характеристику PR-проекта в условиях проведения предвыборных компаний</p>
<p><u>Тема 3.4.</u> Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти</p>	<p>1. Сформулируйте основные отличия государственных органов власти от муниципальных. 2. Назовите основные направления связей с общественностью в органах местного самоуправления. 3. Охарактеризуйте особенности PR-деятельности в органах местной власти. 4. Определите факторы проблематики осуществления PR-деятельности в органах местной власти. 5. Назовите особенности специфики PR-деятельности в органах местной власти.</p>

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины 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 «Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе».

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Раздел 1. Теоретические основы управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях

1. В какой стране создан Институт общественных отношений (IPR).

А. Германия.

Б. Великобритания.

С Италия.

Д. Россия.

2. Процесс стратегического планирования в условиях функционирования современного общества (с учетом процессов его информатизации и глобализации) является:

А. Статичным.

В. Не развивается.

С. Динамичным.

Д. Прорессивным.

3. "Public Relations" – это:

А. это планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью, где под "общественностью организации" понимаются работники, партнеры и потребители (как местные, так и зарубежные).

В. это непланируемые, кратковременные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью, где под "общественностью

организации" понимаются работники, партнеры и потребители (как местные, так и зарубежные).

С. публичные отношения между людьми.

Д. Взаимодействие с общественностью нацеленное на гармонизацию взаимодействия организации и ее социальных групп для усиления общественного имиджа.

4. Главными причинами достаточно распространенной привлекательности печатных изданий в обществе и поныне являются(выберите один неправильный ответ):

А. консервативное неприятие значительной частью общества новых видов средств массовой информации;

В. предпочтение печатных изданий в силу удобства получения информации (программу телевидения или радио можно пропустить, но газетное сообщение всегда доступно);

С. возможностью ознакомиться с аналитической и публицистической оценками происходящих событий, которые наиболее полно представлены только в печатных изданиях. Именно печатные издания на сегодняшний день играют роль основного аналитического и публицистического информатора в обществе. Уступая в той же оперативности, они наверстывают свое влияние на потребителя информации возможностью анализа (причем, во многих вариациях) любых событий и фактов.

Д. **недостаточное количество заинтересованных читателей.**

5. Самый простой вид исследования используемый в управлении связями с общественностью:

a) Математический.

b) Практический.

c) **Статистический.**

d) Дедактический.

6. PR-деятельность органов власти влияет на эффективность государственного управления на основе формирования необходимого...

a) умения общаться между руководством;

b) уровня поддержки на национальном уровне;

c) **уровня общественной поддержки его инициатив, как на национальном, так и на международном уровнях**

d) информационного повода для освещения нужной информации.

7..... - это информация, раскрывающая объективно существующие недостатки в деятельности организации.

- A. Клеветническая информация.
- B. Критическая информация**
- C. Искаженная информация.
- D. Приукрашенная информация.

8. . - это разножанровая информация, в позитивном свете представляющая обществу (сегменту общества) деятельность организации или физического лица и содействующая укреплению или раскрутке общепозитивного имиджа субъекта.

- A. положительная информация;**
- B. негативная информация;
- C. неправильная информация.
- D. Клеветническая информация

9. Одна из ведущих задач "паблик рилейшнз":

- A. Создать и поддерживать состояние динамического и устойчивого равновесия – гомеостаза.**
- B. Строить отношения между людьми.
- C. Поддерживать цели людей.
- D. Формировать позитивный имидж организации.

10. Аналитическая функция связей с общественностью в органах власти включает в себя:

- A. Анализ ситуаций.
- B. Прогнозирование будущего.
- C. Определение необходимости проведения конкретного вида аналитического исследования, подходящего под уровень компетенции связей с общественностью на основе актуализации тематики такого исследования.**
- D. Все вышеуказанное.

Раздел 2. Организация работы с информационными ресурсами

1. По уровню охвата аудитории аналитические исследования в системе управления связями с общественностью делятся на:

- A. Комплексные.
- B. Выборочные.
- C. Обычные**
- D. Факторные.

2. Телевизионные и радиyjne репортажи бывают:

- A. Развлекательные.
- B. Информационные.
- C. Тематические (специальные) и по факту (событийные).**
- D. Студийные и внешние.

3. Коммуникативная функция связей с общественностью позволяет обеспечить формирование ... культуры в государственной структуре (вставьте пропущенное слово):

- A. народной;
- B. западной;
- C. корпоративной;**
- D. организационной.

4. основополагающие цели связей с общественностью в органах власти направлены на обеспечение(выберите один неверный ответ).

- A. гласности
- B. открытости
- C. прозрачности
- D. честности**

5. Аналитическая работа в корпоративных подразделениях по связям с общественностью в органах власти по своей сути может вестись в двух направлениях:

- A. экономическом и политическом;
- B. социальном и политическом;**
- C. духовном и социальном;
- D. экономическом и социальном.

6. В условиях функционирования информационного общества информационное обеспечение деятельности органа власти является:

- A. Операционной задачей.
- B. Важной задачей.
- C. Стратегической задачей.**
- D. Tактической задачей.

7. Платформа vkontakte.ru ограничивает число приглашений в группы за один день:

- A. До 30 человек в день.
- B. До 35 человек в день.
- C. До 40 человек в день.**
- D. До 20 человек

8. В какой стране первоначально появились блоги:

- A. Япония.
- B. США.**

- C. Великобритания.
- D. Канада.

9. Навигация по главным разделам сайта организации будет наиболее удобно читаема при любом разрешении экрана, если размер текста будет не менее:

- A. 15 пикселей.
- B. 14 пикселей.
- C. 16 пикселей.
- D. 18 пикселей

10. Служба или специалист по связям с общественностью формирует адресную базу....

адресатов(вставьте пропущенное слово):

- A. «новых»;
- B. «полезных»;
- C. «нужных»;
- D. «специальных».

Раздел 3. Практические аспекты управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях

1. В работе с общественными объединениями не политического характера, государственные организации придерживаются принципа:

- A. интереса и совместности интересов;
- B. адекватности и совместности интересов;
- C. конфиденциальности и совместности интересов;
- D. независимости и объективности совместных интересов.

2. Специальные мероприятия в любой организации ориентированы на цели ее:

- A. новой политики;
- B. имиджевой политики;
- C. честной политики;
- D. целевой политики

3. Выставки (чаще всего это наглядная информация на стендах, мультимедийная презентация, «говорящие головы» и т.п.) организуются на:

- A. нейтральной территории;
- B. на арендованных площадках;
- C. в государственных зданиях;
- D. на специально предназначенных площадках.

4. Подготовительный этап специального мероприятия в отделе по связям с общественностью длится:

- A. от 10 дней до месяца;
- B. от 2-х месяцев до полугода;**
- C. 4 месяца;
- D. от одной недели до месяца.

5. Вставьте пропущенное слово: философия, определяющая и смысл существования организации, и её отношение к сотрудникам и клиентам; моральный и социальный климат, проявляющийся во внутренней атмосфере организации, взаимодействии с внешней средой; преобладающие ориентиры, лежащие в основе формирования целей организации и путей их достижения; система взаимодействия персонала в организации.

- A. культура;
- B. философия управления;
- C. корпоративная культура;**
- D. организационная культура.

6. . Коллективное посещение культурно-массовых, спортивных, развлекательных мероприятий предполагает:

- A. наличие людей;
- B. наличие настроения;
- C. наличие желания, времени и воли коллектива (либо его части) участвовать в таких мероприятиях;**
- D. наличие утвержденного плана мероприятий.

7. Корпоративный кодекс создается с целью совершенствования:

- A. механизма управления;
- B. налаживание коммуникаций в организаций;
- C. для хорошего климата в коллективе;
- D. внутренней регламентации деятельности организации.

8. Вставьте пропущенное слово- это самостоятельное направление в деятельности отдела по связям с общественностью, необходимость проведения которых определяется стратегическими целями организации в обеспечении и продвижении своего имиджа.

- A. имиджевые проекты;
- B. инвестиционные проекты;
- C. PR-проекты;**
- D. медийные проекты.

9. В практике работы местного самоуправления службы по связям с общественностью, как правило, основное внимание уделяют:

- A. тому что говорят на улице;
- B. **регулярной информационной деятельности;**
- C. регулярной организационной деятельности;
- D. социально-психологическим методам работы с общественностью.

10. Институты по связям с общественностью органов государственного и муниципального управления являются основным инструментом мониторинга:

- A. экономических интересов;
- B. **социальных интересов;**
- C. социально-экономических интересов;
- D. политических интересов.

2.3 Рекомендации по оцениванию результатов ситуационных заданий

Максимальное количество баллов*	Правильность (ошибочность) решения
Отлично	Полные верные ответы. В логичном рассуждении при ответах нет ошибок, задание полностью выполнено. Получены правильные ответы, ясно прописанные во всех строках заданий и таблиц
Хорошо	Верные ответы, но имеются небольшие неточности, в целом не влияющие на последовательность событий, такие как небольшие пропуски, не связанные с основным содержанием изложения. Задание оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию вопроса
Удовлетворительно	Ответы в целом верные. В работе присутствуют несущественная хронологическая или историческая ошибки, механическая ошибка или описка, несколько искажившие логическую последовательность ответа
	Допущены более трех ошибок в логическом рассуждении, последовательности событий и установлении дат. При объяснении исторических событий и явлений указаны не все существенные факты
Неудовлетворительно	Ответы неверные или отсутствуют

* Представлено в таблице 2.1.

ТИПОВЫЕ СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Ситуация 1 к теме 1.3. Организация работы со средствами массовой информации

Описание ситуации. «Подготовка выступления»

Очень часто руководству и специалистам отделов PR на различного рода мероприятиях приходится обращаться к аудитории с кратким выступлением.

Перечень мероприятий:

1. Церемония открытия выставки достижений народного хозяйства.
2. Праздничное мероприятие в Республике (городе).
3. Представительский прием почетных гостей Республики.
4. Открытие экономического (медицинского, научного) Форума в Республике.

Контрольный вопрос. Подготовьте подобное выступление по указанным выше поводам.

Ситуация 2 к теме 2.1. Организация работы со средствами массовой информации

Описание ситуации. «Составление пресс-релиза»

Перечень новостных поводов:

1. Посевные работы в Республике.
2. Республиканские и международные соревнования по какому-либо виду спорта.
3. Открытие новых отделений Центрального Республиканского Банка.
4. Результаты социально-экономического развития Республики.
5. Восстановление жилого фонда.
6. Проведение крупного культурно-массового мероприятия.

Контрольный вопрос. Составьте пресс-релиз для указанных новостей.

Ситуация 3 к теме 2.2. Особенности работы с Интернет-коммуникациями

Описание ситуации. «Источник информации»

Каким образом, на ваш взгляд, качественные характеристики источника информации в сети Интернет влияют на следующие параметры передаваемого сообщения:

- первое восприятие ценности информации;
- «весомость» сообщения;
- доверие к сообщению;
- длительность воздействия на аудиторию.

Проанализируйте качественные характеристики следующих лиц и организаций как «производителей» информации:

- В.В. Путин;
- Д.В. Пушилин;
- ОД «Донецкая Республика»
- ОД «Свободный Донбасс»
- Алексей Навальный;
- Владислав Сурков;
- свой вариант.

Контрольный вопрос. Каким образом, на ваш взгляд, качественные характеристики источника информации влияют на восприятие информации либо личности?

Ситуация 4 к теме 2.2. Особенности работы с Интернет-коммуникациями

Описание ситуации. Практическое задание «Слухи»

Недостаток информации порождает слухи, с которыми зачастую бороться тяжелее, чем с самим кризисом, тем более в сети Интернет. Какие слухи могут породить следующие кризисы?

1. Народные волнения.
2. Сокращение объема производства и отправление в административный отпуск четверти персонала.
3. Отставка главы Администрации и назначение на его пост бывшего начальника милиции.

Контрольный вопрос. Используя стратегии борьбы со слухами, предложите конкретные действия по борьбе со слухом. «Слух» выбирается самостоятельно.

Ситуация 5 к теме 3.1. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти

Описание ситуации. «Если вы хотите, чтобы оркестр играл вместе, иногда старайтесь дирижировать непонятно». В каких случаях обоснована эта рекомендация?

Ситуация для обсуждения. Завтра – сражение. В эскадре адмирала Нельсона все, кто мог, писали письма на Родину (в Англию). Офицеры и матросы столпились на берегу. На фрегате подняты паруса – он отчаливает. Но вдруг обнаружилось, что молодой моряк, собиравший почту в мешок, в спешке забыл опустить собственное письмо. Одновременно об этом узнали дежурный офицер и адмирал Нельсон.

Контрольный вопрос. Что сделал (согласно уставу) офицер и что (согласно канонам Public Relations) Нельсон?

Ситуация 6 к теме 3.1. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти

Описание ситуации. Практическое задание «Антикурильщик»

Проблема курения молодежи вызывает серьезную тревогу у врачей и демографов. **Контрольный вопрос.** Используя схему коммуникации И. Эвен-Зохара, разработайте вариант позиционирования опасности курения для молодежи от 14 до 18 лет, учитывая специфику данной целевой группы.

Ситуация 7 к теме 3.2. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти

Описание ситуации. Выполнение работы по формулировке миссии конкретного государственного учреждения, организации, предприятия из реальной практики в сфере государственного и муниципального управления.

Цель такого вида самостоятельной работы студента – закрепить теоретический материал по заданной теме и сформировать навык конструирования миссии организации, в данном случае, осуществляющей деятельность в сфере государственного и муниципального управления.

Миссия организации – выражение ее философии и смысла существования:

- декларирует статус предприятия, принципы его работы, намерения руководства;
- устремлена в будущее и не должна зависеть от текущего состояния организации;
- формируется высшим руководством организации, которое несет полную ответственность за ее воплощение в жизнь путем постановки и реализации целей организации.

Таким образом, выполняя самостоятельную работу по разработке миссии организации, необходимо принять во внимание, что центральным моментом миссии является ответ на вопрос: какова главная цель организации?

В процессе выполнения работы полезным будет ознакомиться с примером конструирования миссии компании «Johnson & Johnson» – «Наше кредо».

- Мы полагаем, что наша первая ответственность перед врачами, медсестрами и пациентами, матерям и отцами и всеми другими, кто использует наши продукты и услуги. Мы должны постоянно снижать наши издержки с целью поддержания обоснованных цен. Потребительские заказы должны удовлетворять полностью и точно.

- Наши поставщики и дистрибьюторы должны иметь возможность делать достойную прибыль.

- Наша ответственность перед нашими служащими, мужчинами и женщинами, которые работают с нами во всем мире. Каждый должен рассматриваться как индивидуальность. Мы должны охранять их занятости. Компенсации должны быть справедливыми и адекватными, а условия труда – здоровыми, упорядоченными и безопасными. Служащие должны себя чувствовать свободно, вносить свои просьбы и предложения. Равным образом они должны иметь возможности для работы, развития и карьеры в соответствии с их квалификацией.

- Мы должны обеспечить компетентный менеджмент и действовать этично и в рамках закона.
- Наша ответственность перед общинами, где мы работаем и живем, равным образом и перед мировым сообществом.
- Мы должны быть хорошими гражданами, поддерживать хорошие дела вносить свою долю налогов.
- Мы должны улучшать жизнь, здравоохранение и образование, защищать доступными мерами окружающую среду и природные ресурсы.
- Наша финальная ответственность перед акционерами. Бизнес должен давать ощутимую прибыль. Мы должны экспериментировать с новыми идеями, исследования должны поддерживаться, инновационные программы развиваться, а ошибки оплачиваться.
- Новое оборудование должно внедряться, продуктам должны придаваться новые качества. Должны создаваться резервы на непредвиденные случаи.
- Когда мы будем действовать в соответствии с этими принципами, акционеры должны получать хороший доход.

Контрольный вопрос. Таким образом, в ходе выполнения самостоятельной работы необходимо учитывать, что процесс разработки корпоративной миссии включает такие процедуры, как: стратегическое планирование; разработка корпоративной культуры; внутренних коммуникаций; должностных полномочий.

Преимущества хорошей миссии заключаются в то, что она:

- дает ясность пути развития организации;
- обеспечивает информацию, воодушевляет сотрудников;
- идентифицирует бизнес организации в будущем;
- обеспечивает определение ее успеха;
- обеспечивает жизненную установку, в которую можно трансформировать цели на каждом уровне управления.

3) выбрать тип внутрикорпоративного мероприятия и осуществить разработку плана и программы его проведения

4) разработать информационный буклет об организации, или по выбранному информационному поводу

Ситуация 8 к теме 3.3. Организация PR-проектов в органах государственной власти

Описание ситуации. Анализ реальной практики успешных PR-кампаний различных типов.

Для выполнения данного вида самостоятельной работы студенту необходимо по предложенным критериям оценки проанализировать практику проведения PR-кампаний из различных областей деятельности различной

направленности на предмет соответствия основным принципам, методам и технологиям в ходе их реализации.

Критерии оценки успешности PR-кампаний:

1. Образовательный аспект – предложение новой перспективы по известной проблеме или просвещение аудитории по актуальному для нее вопросу.

2. Инжиниринг – фактор, обладающий принципиальным значением для изменения поведения – цель любой PR-кампании. Например, удобное размещение контейнеров для мусора, если стоит цель обеспечения чистоты окружающей среды.

3. Подкрепление – наличие чего-то большего, нежели простой стимул с целью подчеркнуть важность кампании. Например, многочисленные PR-кампании по пропаганде автомобильного ремня безопасности прошли через фазы образования и инжиниринга, но это вызвало изменение поведения лишь для подкрепления требований закона о штрафах.

4. Наделение правами – форма усиления. Убежденная в ценностях призывов общественность становится носителями ее обращений.

5. Оценка кампании определяет степень изменения в массовом поведении.

Контрольный вопрос. Таким образом, выполняемая задача в ходе самостоятельной работы – закрепление теоретического материала и получение навыков аналитической деятельности в области профессионального построения коммуникативных событий.

Ситуация 9 к теме 3.4. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти

Описание ситуации. *«Должностные обязанности PR-специалиста» в городской Администрации.* Ознакомьтесь с приведенными должностными обязанностями специалиста по связям с общественностью.

Должностные обязанности специалиста по связям с общественностью в органах местного самоуправления

Существуют разные способы описания должностных обязанностей специалистов по связям с общественностью. Некоторые описывают работу PR-специалиста, перечисляя конкретные составляющие данной функции: связи с прессой, связи с инвесторами, связи с местной общественностью, отношения со служащими, связи с государственными органами и т.д.

Однако такой подход не позволяет описать многие виды деятельности и разнообразные обязанности, связанные с повседневной практикой специалиста в области связей с общественностью. Приведем перечень работ, которыми PR-специалисты занимаются в действительности.

1. Написание и редактирование. Составление сообщений для печати и передачи в эфир, тематических статей, информационных бюллетеней для служащих и общественности, писем, сообщений для Web-узла и других служб оперативной информации, отчетов о результативности работы исполнительного, представительного органов местного самоуправления, речей, брошюр, сценариев фильмов и слайд-шоу, статей в профессиональных изданиях, объявлений социальной рекламы.

2. Связи со средствами массовой информации. Контакты с представителями средств массовой информации, журналов и воскресных приложений, с независимыми писателями, а также с представителями профессиональных изданий. Цель подобных контактов – склонить соответствующие издания или средства массовой информации к публикации (или передаче в эфир) новостей и сюжетов об Администрации города (муниципальном учреждении), эти новости и сюжеты могут быть подготовлены самой организацией. Реагирование на запросы со стороны СМИ, проверка публикуемых материалов и доступ к влиятельным источникам информации.

3. Исследования. Сбор информации об общественном мнении, тенденциях, появляющихся проблемах, политическом климате и законодательстве, сообщениях в средствах массовой информации, группах особых интересов и прочих вопросах, касающихся жизни местного сообщества, или конкретной социальной группы. Просмотр Internet, служб оперативной информации, государственных электронных баз данных. Планирование программ исследований, проведение опросов, организация заказов у исследовательских фирм.

4. Управление и администрирование. Составление программ и планов в сотрудничестве с другими менеджерами; определение потребностей, установление приоритетов, определение общественных групп, постановка целей, а также разработка стратегии и тактики. Администрирование персонала, бюджета и графиков выполнения программ.

5. Консультирование. Рекомендации высшему руководству Администрации города по социальному, политическому и нормативному окружению; проведение консультаций с группой заместителей главы администрации и начальниками отделов по направлениям работы по поводу того, как избежать кризиса (и как на него реагировать, если он произойдет), работа с лицами, ответственными за принятие важнейших решений, с целью разработки стратегий управления критическими и болезненными проблемами и своевременного реагирования на них.

6. Специальные события. Организация и проведение конференций для обсуждения новостей, совещаний, дней открытых дверей, торжественного открытия выставок и т.п. с «разрезанием ленточки», празднования годовщин, событий, связанных с передачей пожертвований в благотворительные фонды, визитов высокопоставленных лиц, конкурсов и соревнований, программ награждения и прочих нерядовых мероприятий.

7. Устные выступления. Выступления с речью перед различными группами, оказание помощи другим в подготовке выступлений, а также руководство специальной группой докладчиков, обеспечивающим создание для организации «платформы» перед важной для нее аудиторией слушателей.

8. Производство. Создание средств коммуникации на основе знания и умения пользоваться возможностями мультимедиа, в том числе изобразительными и оформительскими средствами, фотографией, версткой и настольными компьютерными издательскими системами; запись и редактирование аудио- и видеоинформации; подготовка аудиовизуальных презентаций.

9. Обучение. Подготовка руководителей и других штатных докладчиков к работе со средствами массовой информации и публичным выступлениям. Совершенствование устной и письменной речи других сотрудников. Оказание помощи во внесении изменений в организационную культуру, политику, структуру и процесс.

10. Контакт. Выполнение роли связующего звена со средствами массовой информации, местной общественностью и другими внутренними и внешними группами. Выполнение роли посредника между организацией и ее важнейшими акционерами: выслушивание их предложений, проведение переговоров, улаживание конфликтов и достижение согласия. Выполнение роли гостеприимного хозяина при встрече гостей и посетителей учреждения (предприятия); организация их досуга.

Контрольный вопрос. Какие, по вашему мнению, обязанности из приведенного перечня занимают больше всего времени в деятельности специалистов?

2.4 Рекомендации по оцениванию результатов деловой (ролевой) игры

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся (индивидуально или как участнику группы), если содержание его деятельности полностью соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; четко организована работа по сюжету игры, присутствует вариативность в разрешении игровой ситуации, комментарии по ходу игры основываются на понятийном аппарате предметной области и иллюстрируют основные закономерности изучаемой дисциплины и ее прикладной аспект
Хорошо	Выставляется обучающемуся (индивидуально или как сотруднику группы), если содержание его деятельности в основном соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; игровой сюжет находит развитие, комментарии по ходу игры включают понятийный аппарат предметной области и отражают в основном понимание прикладного аспекта изучаемой дисциплины
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся (индивидуально или как сотруднику группы), если содержание его деятельности в целом соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; игровой сюжет не детализируется, комментарии по ходу игры в небольшой степени опираются на понятийный аппарат предметной области, прикладной аспект изучаемой дисциплины представлен фрагментарно
Неудовлетворительно	выставляется обучающемуся (индивидуально или как сотруднику группы), если содержание его деятельности лишь частично соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; игровой сюжет не развивается, комментарии по ходу игры отсутствуют, обучающийся не демонстрирует понимания прикладного аспекта изучаемой дисциплины

* Представлено в таблице 2.1.

ТИПОВАЯ ДЕЛОВАЯ (РОЛЕВАЯ) ИГРА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Деловая игра к теме 1.1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях

Тема: Ролевая игра «Суд над PR»

Цель игры: сформировать отношение студентов к современным PR.

Концепция игры: Группа делится на три подгруппы: обвинителей, адвокатов и присяжных. При «выпадении» одного-двух человек из процесса (например, при их нежелании работать) им дается персональное задание – написать пять причин, по которым один из них стал заниматься PR, а другой(-нет) ни за что не связал(-и) бы свою жизнь с PR, не выбрал(-и) бы эту

специальность. Впоследствии можно будет использовать в качестве свидетелей.

Роли (ролевые группы): Представители одной из групп становятся «обвинителями», их задача – выявить и предоставить «суду» как можно больше фактов, подтверждающих, что PR приносит гораздо больше вреда, чем пользы. Задача второй группы – «защиты» – предоставить «суду» как можно больше фактов и аргументов в пользу PR в подтверждение ее полезности, эффективности и необходимости в современном обществе.

Третья группа – «присяжные заседатели» – призвана сделать мотивированное заключение по результатам слушаний. Ее задача на этапе внутригрупповых обсуждений – попытаться самим взвесить все «за» и «против» в процессе выступлений, внимательно слушать и замечать сильные и слабые стороны в выступлениях команд, а после вынести вердикт: «Имеет ли PR право на существование» и проанализировать, какая команда выступала лучше, как были построены выступления команд, что понравилось/не понравилось присяжным.

Ожидаемый результат: Преподавателю достается роль судьи. Его задача – объявлять порядок выступлений, заострять внимание на более важных и дискуссионных моментах и подводить окончательные итоги.

Деловая игра к теме 1.2. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах

Тема: «Создание PR-службы»

Концепция игры: Описание функций и разработка оргструктуры PR-службы. Выступление и защита своего проекта: доклад, вопросы на уточнение, дискуссия, пожелания, рекомендации.

Роли (ролевые группы): Слушатели распределяются по группам 5-6 человек. Группа выбирает вариант PR-структуры: отдел в фирме или корпорации, небольшое частное PR-агентство, крупная PR-компания и др.

Ожидаемый результат: Оценка каждого выступления. Что понравилось, не понравилось? Выбор лучшей презентации.

Деловая игра к теме к теме 2.1. Организация работы со средствами массовой информации

Тема: **Ролевая игра «Размещение сообщения»**

Концепция игры: Задача состоит в том, чтобы разместить в СМИ подготовленный пресс-релиз.

Для перевода своего сообщения на язык, понятный аудитории, политический деятель может обратиться к специалисту по написанию речей – спичрайтеру. Написанная речь должна быть изложена в форме пресс-релиза. Пресс-секретарь выбирает из написанной речи то, что, по его мнению, является самым существенным.

Редактор газеты может переработать поданный пресс-релиз с учетом ментальности групп населения, имеющих наибольшее значение для данной газеты.

Роли (ролевые группы): Обыграйте в группе следующую ситуацию: распределите роли (политического деятеля, спичрайтера, пресс-секретаря, редактора газеты) и произведите процесс отправления и кодирования сообщения, исходя из следующих условий:

- 1) политик – из крыла левых, газета представляет интересы крайне правых слоев населения;
- 2) политик – либерал, газета представляет интересы левых;
- 3) политик – коммунист, газета позиционируется как центристская.

Ожидаемый результат: Формирование умения подготовки пресс-релиза с учетом разносторонних интересов политических сил.

2.5. Рекомендации по оцениванию дискуссионных тем для круглого стола (дискуссии, диспуты, дебаты).

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	<ul style="list-style-type: none"> - полное раскрытие темы; - указание точных названий обсуждаемых явлений, знание современного состояния проблемы; - правильная формулировка понятий и категорий; - самостоятельность ответа, умение вводить и использовать классификации и квалификации, анализировать и делать собственные выводы по рассматриваемой теме; - использование материалов современной отечественной и зарубежной литературы и иных материалов и др.
Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> - недостаточно полное раскрытие темы; - несущественные ошибки в определении понятий, категорий и т.п., кардинально не меняющих суть изложения; - репродуктивность ответа: отсутствие самостоятельного анализа и оценочных суждений - недостаточное использование материалов современной отечественной и зарубежной литературы и иных материалов и др.
Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - отражение лишь общего направления темы; - наличие достаточного количества несущественных или одной- двух существенных ошибок в определении понятий и категорий и т.п.; - неспособность осветить современное состояние проблемы
Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - содержание темы не раскрыто; - большое количество существенных ошибок; - отсутствие умений и навыков, обозначенных выше в качестве критериев выставления положительных оценок др.

* Представлено в таблице 2.1.

ТЕМЫ ДИСКУССИЙ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 1.1.:

Проведение диспута по следующим вопросам:

1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий
2. Сущность взаимосвязи и специфики реализации: СО и журналистика, СО и реклама, СО и паблисити, СО и менеджмент, СО и маркетинг, СО и пропаганда.

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 1.2.:

Выступление с докладами с последующим их обсуждением

Тематика докладов:

1. Роль кинематографа в PR-практике.
2. Деятельность службы PR политических партий (на конкретном примере).
3. PR в деятельности силовых структур.
4. PR в Интернете.
5. Работа с лидерами общественного мнения в онлайн-среде.
6. Технологии ведения информационно-психологических войн.

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 2.1.:

1. Технологии ведения информационно-психологических войн.
2. Противодействие информационной агрессии в сети Интернет
3. Создание и продвижение персонального бренда политика в сети Интернет.
4. Лоббизм. Формы и методы лоббистской деятельности.
5. Слухи и сплетни как инструменты PR.

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 2.2.:

Проведение диспута по следующим вопросам:

1. Интернет как форма глобального общественного воздействия.
2. Особенности работы в сети.
3. Мониторинг общественного мнения в социальных сетях.
4. Пути формирования общественного мнения через интернет-ресурсы

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 3.1.

Тематика дискуссионного обсуждения:

1. Прогрессивные технологии организации специальных мероприятий
2. Эффективность использования устного и печатного слова, фотографии, кино-аудиовизуальных средств, рекламы, выставок и др в связях с общественностью
3. Организация и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров: этапы и программы.

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 3.2.

1. Особенности деятельности специалиста по связям с общественностью как государственного чиновника.
2. Специфика информационной работы в отраслевых министерствах и департаментах.
3. Особенности работы пресс-службы регионального представительного органа государственной власти.
4. Понятие «протокол». Функции протокола.

5. Технологии написания речей для руководителя.

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 3.3.:

Задание 1. Подготовить ответы на вопросы:

Тематика дискуссионного обсуждения:

1. Возможности и ограничения Интернет-ресурсов для PR-деятельности органов власти
2. Формирования имиджей политических лидеров
3. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 3.4.:

1. Бренд и брендинг: в системе государственного управления; в государственной политике.
2. Социальная ответственность бизнеса: сущность и перспективы развития в России.
3. Технологии формирования позитивного общественного мнения в отношении решений и проектов органов государственной власти.
4. Агитационно-рекламное сопровождение избирательных кампаний.

2.6. 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 и 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 оформлении работы.

ТЕМЫ ЭССЕ (РЕФЕРАТОВ, ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Тематика рефератов

1. Роль кинематографа в PR-практике.
2. Деятельность службы PR политических партий (на конкретном примере).

3. PR в деятельности силовых структур.
4. PR в Интернете.
5. Работа с лидерами общественного мнения в онлайн-среде.
6. Технологии ведения информационно-психологических войн.
7. Противодействие информационной агрессии в сети Интернет
8. Создание и продвижение персонального бренда политика в сети Интернет.
9. Лоббизм. Формы и методы лоббистской деятельности.
10. Слухи и сплетни как инструменты PR.
11. Деструктивные технологии в избирательных кампаниях.
12. Манипуляции в сфере общественных отношений.
13. Бренд и брендинг.
14. Социальная ответственность бизнеса: сущность и перспективы развития в России.
15. Технологии формирования позитивного общественного мнения в отношении решений и проектов органов государственной власти.
16. Агитационно-рекламное сопровождение избирательных кампаний.
17. Информационно-аналитическое сопровождение избирательных кампаний.
18. Юридическое сопровождение избирательных кампаний.
19. Внешнеполитическая пропаганда и PR.
20. Невербальные коммуникации и PR.
21. Лоббирование в представительных органах государственной власти как элемент политических PR-технологий.
22. Взаимодействие органов власти с политическими партиями и движениями, некоммерческими организациями.
23. Репутация органов власти как предмет деятельности службы по связям с общественностью.

Темы для подготовки презентаций

1. Основные этапы кампании по связям с общественностью.
2. Современные политические выборные исследования.
3. Организация и проведение PR-кампаний.
4. Проблема организации специальных событий и коммуникаций.
5. Аналитика и планирование PR-кампаний.
6. Стратегические политико-коммуникационные кампании.
7. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.
8. Особенности деятельности специалиста по связям с общественностью как государственного чиновника.
9. Специфика информационной работы в отраслевых министерствах и департаментах.
10. Особенности работы пресс-службы регионального представительного органа государственной власти.

11. Понятие «протокол». Функции протокола.
 12. Технологии написания речей для руководителя.
 13. Политические заявления в информационной работе.
 14. PR и государственные организации: специфика взаимодействий.
 15. Развитие общественных связей как информационного моста в процессе регулирования отношений между гражданами и государством.
 16. Роль и значимость PR в демократическом обществе.
- Темы презентаций могут также совпадать с темой реферата.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО РАЗДЕЛАМ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе

Раздел 1. Теоретические основы управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях

1. Необходимость и значение связей с общественностью в государственных структурах
2. Место связей с общественностью в органах власти
3. Цели деятельности связей с общественностью в органах власти
4. Принципы деятельности связей с общественностью в органах власти
5. Функции связей с общественностью в органах власти
6. Задачи связей с общественностью в органах власти
7. Сформулируйте основные виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждении.
8. Назовите особенности аналитических исследований в органах власти.
9. Обоснуйте понятие стратегического планирования.
10. Сформулируйте сущность аналитической работы в госучреждении.
11. Назовите уровни проведения аналитических исследований.

Раздел 2. Организация работы с информационными ресурсами

12. Сформулируйте основные задачи связей с общественностью в госучреждении со средствами массовой информации.
13. Определите сущность информационной политики в органах власти.
14. Охарактеризуйте ведущие жанры и их особенности в освещении деятельности органов власти в СМИ.
15. Сформулируйте сущность и виды негативной информации СМИ.
16. Назовите эффективные способы противодействия фальсифицированной информации
17. Определите важность и необходимость работы с интернет-коммуникациями в органах власти на современном этапе развития цивилизации.

18. Назовите особенности работы с блогами.
19. Охарактеризуйте особенности позиционирования органов власти в социальных сетях.
20. Сформулируйте отличия блога от твиттера.
21. Назовите основные позиции официального сайта

Раздел 3. Практические аспекты управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях

22. Определите сущность внешнекорпоративной работы в органах власти.
23. Назовите основные направления внешнекорпоративной работы связей с общественностью в органах власти.
24. Охарактеризуйте специфику взаимоотношений с внешними субъектами структуры власти.
25. Сформулируйте особенности специальных событий в органах власти.
26. Назовите алгоритм проведения торжественной части специального мероприятия
27. Определите сущность внутрикорпоративной работы в органах власти.
28. Дайте определение корпоративной культуры.
29. Охарактеризуйте особенности формирования корпоративной культуры в органах власти.
30. Сформулируйте типичные внутрикорпоративные мероприятия.
31. Назовите основные этапы производства печатной продукции
32. Сформулируйте значение реализации PR-проекта в государственном учреждении.
33. Назовите основные этапы подготовки и реализации PR-проекта.
34. Охарактеризуйте особенности осуществления PR-проектов в органах власти.
35. Сформулируйте отличия реализации PR-проектов в органах власти и коммерческих структурах.
36. Назовите специфику осуществления PR-проекта в органах судебной власти
37. Дайте характеристику PR-проекта в условиях проведения предвыборных компаний
38. Сформулируйте основные отличия государственных органов власти от муниципальных.

39. Назовите основные направления связей с общественностью в органах местного самоуправления.

40. Охарактеризуйте особенности PR-деятельности в органах местной власти.

41. Определите факторы проблематики осуществления PR-деятельности в органах местной власти.

42. Назовите особенности специфики PR-деятельности в органах местной власти.

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

Направление подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Магистерские программы «Региональное управление и местное самоуправление»
КАФЕДРА ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОГО
АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Учебная дисциплина: Управление общественными связями в государственной и
муниципальной службе

Курс II Семестр III Форма обучения: очная/ заочная

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

1. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти
2. Организация PR-деятельности в администрации муниципального образования

3. Дайте ответ на тестовые задания.

1. Стратегическое планирование является инструментом, помогающим в принятии:

Выберите один ответ:

- a) правильного решения;
- b) управленческого решения;
- c) нет правильного ответа.

2. Результатом разумного стратегического планирования являются следующие показатели

выберите один неправильный ответ:

- a) получение прибыли руководством
- b) общая программа, при надлежащем исполнении которой общие усилия приводят к достижению конкретных целей;
- c) содействие и участие руководства организации и ведущих ее подразделений;
- d) тщательный выбор направлений деятельности.

3. Процессы планирования включают следующие стадии

выберите один неправильный ответ:

- a) Определение задач, а также характера и масштаба предстоящей работы.
- b) Установление и конкретизация показателей эффективности. Выбор и постановка задач. Определение результатов, которых необходимо достичь.
- c) Составление плана процессов.
- d) Определение путей достижения конкретных целей.

Экзаменатор _____

(подпись)

Е.А. Иванина

(ФИО)

Утверждено на заседании кафедры - _____.2023 г. (протокол № ____ от _____.2023 г.)

Зав. кафедрой: _____

_____ Е.В. Хасанова _____