

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 13.01.2026 13:40:42
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 4

к образовательной программе

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

**для текущего контроля успеваемости и
промежуточной аттестации обучающихся
по дисциплине**

Б1.В.ДЭ.01.01 Связи с общественностью в органах власти
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.04 Государственное и муниципальное управление
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Региональное управление и местное самоуправление
(наименование образовательной программы)

Бакалавр
(квалификация)

Очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2024

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) ФОС:

Колесникова Татьяна Александровна, старший преподаватель кафедры теории управления и государственного администрирования

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.01.01 |
| Формы контроля | Текущий и промежуточный |
| Показатели | Очная форма обучения |
| Количество зачетных единиц (кредитов) | 4 |
| Семестр | 4 |
| Общая трудоемкость (академ. часов) | 144 |
| <i>Аудиторная работа:</i> | 54 |
| Лекционные занятия | 18 |
| Семинарские занятия | 36 |
| Консультации | 2 |
| Самостоятельная работа | 61 |
| 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

| Индикатор компетенции и его формулировка | Элементы индикатора компетенции | Индекс элемента |
|--|---|-----------------|
| | Знать: Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешне-корпоративной 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. | ПК-8.2 31 |
| ПК-8.2: Организовывает взаимодействие органов государственного и муниципального управления со средствами массовой информации, поддерживает связи с общественностью | Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешне-корпоративной 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. | ПК-8.2 32 |
| | Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; основы планирования и аналитической деятельности связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешне-корпоративной 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. | ПК-8.2 33 |
| | Уметь: Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедиийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний. | ПК-8.2 У1 |

| | | |
|-----------------|---|-----------|
| | Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедиийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию. | ПК-8.2 У2 |
| | Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедиийными, 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 кросскультурном пространстве; работать на международном уровне. | ПК-8.2 У3 |
| Владеть: | | |
| | Технологиями сбора первичной управленческой информации; профессиональной терминологией. | ПК-8.2 В1 |
| | Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; профессиональной терминологией. | ПК-8.2 В2 |
| | 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. | ПК-8.2 В3 |
| Знать: | | |

| | | |
|--|---|-----------|
| ПК-8.3: Оказывает информационно-методическую поддержку органам государственного и муниципального управления по привлечению общественности к участию в принятии и контроле управленческих решений | 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. | ПК-8.3 31 |
| | 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. | ПК-8.3 32 |
| | 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. | ПК-8.3 33 |
| Уметь: | | |
| | Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации. | ПК-8.3 У1 |
| | 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. | ПК-8.3 У2 |
| | Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции | ПК-8.3 У3 |

| | | |
|-----------------|---|-----------|
| | развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения; осуществлять организацию PR-проектов в органах власти. | |
| Владеть: | | |
| | 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-8.3 В1 |
| | 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-8.3 В2 |
| | 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-8.3 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-8.2 ИД-ПК -8.3 | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| 2. | Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью | 4 | ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3 | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |

| | | | | |
|----|---|---|----------------------|--|
| 3. | Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью | 4 | ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3 | 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-8.2 ИД-ПК -8.3 | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| 5. | Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти | 4 | ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3 | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| 6. | Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет-коммуникациями | 4 | ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3 | 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-8.2 ИД-ПК -8.3 | 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-8.2 ИД-ПК -8.3 | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| 9. | Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания | 4 | ИД-ПК-8.2 ИД-ПК -8.3 | 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 бально-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 | С3 | | | Всего за тему | КЗР (ТЗ) | СР (Р) | ИЗ |
| | | УО | Д | ТвЗ | | | | |
| P.1.T.1.1 | 1 | 1 | 2 | - | 4 | 4 | 9 | 5 |
| P.1.T.1.2 | 1 | 1 | 2 | 4 | 8 | | | |
| P.1.T.1.3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 8 | | | |
| P.2.T.2.1 | 1 | 1 | 2 | - | 4 | 4 | 9 | 5 |
| P.2.T.2.2 | 1 | 1 | 2 | 4 | 8 | | | |
| P.2.T.2.3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 8 | | | |
| P.3.T.3.1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 8 | 4 | 9 | 5 |
| P.3.T.3.2 | 1 | 1 | 2 | 4 | 8 | | | |
| P.3.T.3.3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 8 | | | |
| Итого: 100б | 9 | 9 | 18 | 28 | 64 | 12 | 9 | 15 |

ЛЗ – лекционное занятие;

С3 – 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 (собеседование) 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) дисциплины (модуля) | Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля) |
|---|--|
| 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 | <ol style="list-style-type: none"> 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 | <ol style="list-style-type: none"> 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 | <ol style="list-style-type: none"> 19. Отражение реального пространства в информационном как функция Интернета. |

| | |
|--|---|
| с интернет- коммуникациями | 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 избирателей 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).

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

| Дисциплина | Код компетенции | Код индикатора | Тип и уровень сложности |
|--|-----------------|----------------|-------------------------|
| Связи с общественностью в органах власти | ПК-5 | ИД-ПК-5.1 | Базовый закрытый |

1. Прочтите текст и установите последовательность действий (время выполнения 3 мин.)

В рамках подготовки информационного брифинга для СМИ о реализации региональной программы по благоустройству общественных пространств, необходимо выстроить логическую последовательность этапов работы с информацией. Расположите представленные ниже действия в правильном порядке, отражающем эффективный цикл управления информацией:

А. Анализ собранных данных: выявление ключевых тенденций, проблем и успехов реализации программы, определение значимых показателей для освещения в СМИ.

Б. Сбор информации из различных источников: запросы в профильные департаменты, анализ отчетности подрядчиков, мониторинг публикаций в СМИ и социальных сетях, проведение опросов общественного мнения.

В. Распространение информации: подготовка пресс-релиза, организация брифинга для СМИ, публикация материалов на официальном сайте и в социальных сетях органов власти, ответы на вопросы журналистов.

Г. Оценка эффективности: анализ тональности публикаций в СМИ, мониторинг реакции общественности в социальных сетях, получение обратной связи от журналистов, оценка достижения целей информационного брифинга.

Д. Обработка и систематизация информации: структурирование собранных данных, создание таблиц и графиков, подготовка аналитических отчетов, выделение ключевых сообщений для СМИ.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
|--|--|--|--|--|

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

| Дисциплина | Код компетенции | Код индикатора | Тип и уровень сложности |
|--|-----------------|----------------|-------------------------|
| Связи с общественностью в органах власти | УК-5 | ИД-УК-5.1 | Высокий открытый |

1.1. Прочтите текст и запишите развернутый обоснованный ответ (время выполнения 10 мин.)

Уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп помогает сохранить культурное разнообразие и предотвратить конфликты, связанные с нарушением традиций и обычая других культур. Представьте, что вы – руководитель рабочей группы по разработке программы празднования Дня города в многонациональном регионе. Город славится богатой историей, где переплелись культуры различных этносов и религиозных конфессий.

Задание:

1. Предложите концепцию праздника, учитывающую историческое наследие и социокультурные традиции всех представленных в регионе групп населения и обоснуйте свой выбор.

2. Укажите, какие меры будут предприняты для обеспечения уважительного и корректного представления каждой культуры.

3. Опишите информационное сопровождение праздника.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

| Дисциплина | Код компетенции | Код индикатора | Тип и уровень сложности |
|--|-----------------|----------------|-------------------------|
| Связи с общественностью в органах власти | УК-5 | ИД-УК-5.2 | Высокий открытый |

1.1. Прочтайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ (время выполнения 10 мин.)

Представьте, что вы являетесь сотрудником пресс-службы органа исполнительной власти, ответственным за взаимодействие с общественными организациями, представляющими интересы национальных меньшинств. В преддверии празднования Дня народного единства, руководство поручило вам разработать и реализовать коммуникационную кампанию, направленную на укрепление межнационального согласия и популяризацию культурного наследия народов России.

Задание:

1. Опишите ваши действия по реализации данного поручения.
2. Раскройте этапы подготовки и проведения кампании.
3. Укажите конкретные мероприятия, которые вы предложите для достижения поставленной цели.

Особое внимание уделите учету исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп при планировании и реализации коммуникационной стратегии.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

| Дисциплина | Код компетенции | Код индикатора | Тип и уровень сложности |
|--|-----------------|----------------|-------------------------|
| Связи с общественностью в органах власти | УК-5 | ИД-УК-5.3 | Высокий открытый |

1.1. Прочтите текст и запишите развернутый обоснованный ответ (время выполнения 10 мин.)

Представьте, что вы являетесь пресс-секретарем главы администрации города N. В последнее время в городских СМИ и социальных сетях активно обсуждается проблема недостаточного финансирования программы благоустройства парков и скверов. Общественное мнение формируется негативно, жители выражают недовольство состоянием зон отдыха.

Задание:

Разработайте комплекс мер по улучшению коммуникации администрации с общественностью в данной ситуации, направленный на восстановление доверия и формирование позитивного имиджа власти:

1. Опишите конкретные шаги.
2. Определите целевую аудиторию для каждого шага.
3. Опишите ожидаемый результат.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

| Дисциплина | Код компетенции | Код индикатора | Тип и уровень сложности |
|--|-----------------|----------------|-------------------------|
| Связи с общественностью в органах власти | ПК-5 | ИД-ПК-5.1 | Высокий открытый |

1.1. Прочтите текст и запишите развернутый обоснованный ответ (время выполнения 10 мин.)

Представьте, что вы являетесь сотрудником пресс-службы регионального Министерства здравоохранения. В последнее время в социальных сетях и местных СМИ активно обсуждается тема доступности медицинской помощи в отдаленных районах области. Граждане высказывают обеспокоенность по поводу нехватки специалистов, оборудования и лекарств. Ваша задача - разработать план действий по сбору, анализу и использованию информации для улучшения коммуникации с общественностью и повышения доверия к министерству.

Задание:

1. Опишите конкретные шаги, которые вы предпримете для сбора данных: какие источники информации вы будете использовать (официальные данные, соцсети, обращения граждан и т.д.), какие методы сбора информации вы примените (мониторинг СМИ, опросы, анализ обращений) и как вы будете структурировать полученные данные для последующего анализа.

2. Предложите конкретные показатели, которые вы будете отслеживать для оценки эффективности информационной работы министерства: количество упоминаний в СМИ, тональность публикаций, уровень вовлеченности аудитории в социальных сетях, количество обращений граждан и т.д.

3. Опишите, как вы будете использовать полученную информацию для корректировки информационной политики министерства и улучшения взаимодействия с общественностью: какие каналы коммуникации вы будете использовать, какие темы будете освещать, какие формы взаимодействия с гражданами будете применять.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

| Дисциплина | Код компетенции | Код индикатора | Тип и уровень сложности |
|--|-----------------|----------------|-------------------------|
| Связи с общественностью в органах власти | ПК-5 | ИД-ПК-5.2 | Базовый комбинированный |

1. Прочтайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа (время выполнения 3 мин.)

Муниципалитет столкнулся с негативной реакцией общественности на запланированное строительство нового торгового центра в парковой зоне. Граждане обеспокоены вырубкой зеленых насаждений, увеличением транспортной нагрузки и возможным негативным влиянием на экологию района. В рамках подготовки коммуникационной стратегии, какое из перечисленных действий будет наиболее эффективным для сбора первичных данных об общественном мнении?

- А. Организация общегородского референдума.
- Б. Публикация опровержения в муниципальной газете.
- В. Проведение фокус-групп с жителями района и онлайн-опроса в социальных сетях.
- Г. Заказ аналитического отчета у сторонней исследовательской компании без предварительного сбора данных.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

| Дисциплина | Код компетенции | Код индикатора | Тип и уровень сложности |
|--|-----------------|----------------|-------------------------|
| Связи с общественностью в органах власти | ПК-5 | ИД-ПК-5.2 | Высокий открытый |

1.1. Прочтайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ (время выполнения 10 мин.)

Вы являетесь сотрудником пресс-службы Министерства здравоохранения. В Ваши функции входит оказание информационно-методической поддержки и

подготовка информационно-методических материалов. В связи с участвующимися случаями дезинформации о вакцинации в социальных сетях и мессенджерах, Вам поручено разработать комплекс информационно-методических материалов для врачей первичного звена. Эти материалы должны помочь врачам эффективно отвечать на вопросы и развеивать мифы о вакцинации среди пациентов.

Задание:

1. Разработайте структуру информационно-методического пособия «Вакцинация: ответы на вопросы пациентов». В структуре должны быть отражены основные разделы и подразделы.
2. Какую информацию нужно отразить во Введении?
3. Опишите краткое содержание разделов – ключевые тезисы и аргументы, которые необходимо включить в пособие для повышения доверия к вакцинации

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 оформлении работы. |

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. 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 политico-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, избирательных, 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 структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Обучающийся демонстрирует отчетливое и свободное владение 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 |
| Хорошо | 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 |
| Удовлетворительно | 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 |
| Неудовлетворительно | 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 |
|--|--|

* Представлено в таблице 2.1.

ТВОРЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИКОМПЕТЕНЦИИ

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 управлением 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 2 3 | 1 2 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 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 системы 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: управленический 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 избирателей 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.

Федеральное государственное бюджетное образовательное
 учреждение высшего образования
**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
 И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ**
 при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДОНЕЦКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ

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