

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костина Лариса Николаевна  
Должность: заместитель директора  
Дата подписания: 13.01.2026 13:56:51  
Уникальный программный ключ:  
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

*Приложение 4*  
к образовательной программе

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**  
**для текущего контроля успеваемости и**  
**промежуточной аттестации обучающихся**  
**ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.В.10 "Управление общественными связями в  
государственной и муниципальной службе"

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным  
планом)

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование направления подготовки/специальности)

"Государственная и муниципальная служба"

(наименование образовательной программы)

Магистр

(квалификация)

Заочная форма обучения

(форма обучения)

Год набора – 2024

Донецк

**Автор(ы)-составитель(и) ФОС:**

Иванина Е.А., канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры теории управления и государственного администрирования

**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                                   | Государственная и муниципальная служба  |
| Количество разделов дисциплины            | 3   |
| Часть образовательной программы           | Часть, формируемая участниками образовательных отношений<br>Б1.В.10                         |
| Формы текущего контроля                   | устный опрос, ситуационное задание, реферат, доклад (сообщение), контроль знаний по разделу |
| <i>Показатели</i>                         | заочная форма обучения  |
| Количество зачетных единиц (кредитов)     | 4   |
| Семестр                                   | 3   |
| <b>Общая трудоемкость (академ. часов)</b> | 144   |
| <b>Аудиторная контактная работа:</b>      | 14  |
| Лекционные занятия                        | 6   |
| Семинарские занятия                       | 8   |
| <b>Самостоятельная работа</b>             | 119   |
| <b>Контроль</b>                           | 9   |
| Форма промежуточной аттестации            | 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-2.4. Способен организовывать, планировать и осуществлять внешнекорпоративные и внутрикорпоративные связи с общественностью в органах публичной власти | <b>Знать:</b>  |                 |
|             |  | 1. основные тенденции развития связей с общественностью в органах власти в современной России;   | ПК-2.4. 3-1     |
|             |  | 2. особенности планирования работы отдела по связям с общественностью в органах власти;  | ПК-2.4. 3-2     |
|             |  | 3. принципы, особенности работы с информацией, информационными ресурсами;  | ПК-2.4. 3-3     |
|             |  | <b>Уметь:</b>  |                 |
|             |  | 1. осуществлять внешне корпоративную работу отдела по связям с общественностью;  | ПК-2.4. У-1     |
|             |  | 2. формировать план работы отдела по связям с общественностью в органах власти;  | ПК-2.4. У-2     |
|             |  | 3. собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство при осуществлении внешне и внутрикорпоративной деятельности в отделе по СО в ОВ; | ПК-2.4. У-3     |
|             |  | <b>Владеть:</b>  |                 |
|             |  | 1. навыками публичной и научной речи;  | ПК-2.4. В-1     |
|             |  | 2. методами организации различных видов диалогов органов публичной власти с  | ПК-2.4. В-2     |

| Компетенция | Индикатор компетенции и его формулировка                                      | *Элементы индикатора компетенции   | Индекс элемента |
|-------------|---|--|-----------------|
| ПК-2        | ПК-2.5. Способен организовывать взаимодействие со СМИ и референтными группами | институтами гражданского общества;   |                 |
|             |   | 3. современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью;   | ПК-2.4. В-3     |
|             |   | <b>Знать:</b>  |                 |
|             |   | 1. общие подходы к работе с интернет ресурсами;  | ПК-2.5. 3-1     |
|             |   | 2. принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; | ПК-2.5. 3-2     |
|             |   | 3. порядок организации специальных мероприятий отделом по связям с общественностью в органах власти; порядок организации PR-проектов                   | ПК-2.5. 3-3     |
|             |   | <b>Уметь:</b>  |                 |
|             |   | 1. разрабатывать различные элементы PR-компаний;   | ПК-2.5. У-1     |
|             |   | 2. выстраивать конструктивный диалог со СМИ и референтными группами;   | ПК-2.5. У-2     |
|             |   | 3. объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;  | ПК-2.5. У-3     |
|             |   | <b>Владеть:</b>  |                 |
|             |   | 1. методами разработки различных элементов PR-компаний   | ПК-2.5. В-1     |

| Компетенция | Индикатор компетенции и его формулировка | *Элементы индикатора компетенции   | Индекс элемента |
|-------------|--|--|-----------------|
|             |  | 2. методами подготовки пресс-конференций, подготовки пресс-релизов;                        | ПК-2.5. В-2     |
|             |  | 3. практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью | ПК-2.5. 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*   |
|--|---|----------------|--|---|
| <b>Раздел 1. Теоретические основы управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях</b> |   |                |  |   |
| 1.   | Тема 1.1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях         | 3              | ПК-2.4. 3-1<br>ПК-2.4. 3-3<br>ПК-2.4. В-3  | Опрос, сообщение, ситуационные задания                                    |
| 2.   | Тема 1.2. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах | 3              | ПК-2.4. 3-2<br>ПК-2.4. У-1   | Опрос, сообщение, ситуационные задания<br>контрольная работа по 1 разделу |
| <b>Раздел 2. Организация работы с информационными ресурсами</b>  |   |                |  |   |
| 3.   | Тема 2.1. Организация работы со средствами массовой информации  | 3              | ПК-2.4. 3-3<br>ПК-2.4. У-3<br>ПК-2.4. В-1<br>ПК-2.5. 3-2<br>ПК-2.5. У-2<br>ПК-2.5. В-3 | Опрос, сообщение, ситуационные задания                                    |
| 4.   | Тема 2.2. Особенности работы с интернет-коммуникациями  | 3              | ПК-2.4. У-3<br>ПК-2.4. 3-3<br>ПК-2.5. 3-1<br>ПК-2.5. У-2                               | Опрос, сообщение, ситуационные задания<br>контрольная работа по 2 разделу |

| <b>Раздел 3. Практические аспекты управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях</b> |  |   |   |   |
|--|--|---|---|---|
|  | Тема 3.1. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти | 3 | ПК-2.4. У-1<br>ПК-2.4. У-3<br>ПК-2.4. В-1<br>ПК-2.4. В-2<br>ПК-2.5. З-2<br>ПК-2.5. У-2<br>ПК-2.5. У-3<br>ПК-2.5. В-2<br>ПК-2.5. В-3 | Опрос, сообщение, ситуационные задания                                  |
|  | Тема 3.2. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти | 3 | ПК-2.4. У-3<br>ПК-2.4. В-1<br>ПК-2.4. В-3<br>ПК-2.5. З-3<br>ПК-2.5. В-2   | Опрос, сообщение, ситуационные задания                                  |
|  | Тема 3.3. Организация PR-проектов в органах государственной власти   | 3 | ПК-2.4. У-1<br>ПК-2.4. В-1<br>ПК-2.4. В-2<br>ПК-2.5. З-3<br>ПК-2.5. У-1<br>ПК-2.5. У-3<br>ПК-2.5. В-1                               | Опрос, сообщение, ситуационные задания                                  |
|  | Тема 3.4. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти  | 3 | ПК-2.4. З-2<br>ПК-2.4. У-1<br>ПК-2.4. У-2<br>ПК-2.4. У-3<br>ПК-2.4. В-1<br>ПК-2.4. В-2<br>ПК-2.5. В-3<br>ПК-2.5. 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<br>Раздела/Темы | Вид задания |    |      |       |                  |     |           |     |
|------------------------------|-------------|----|------|-------|------------------|-----|-----------|-----|
|                              |             | СЗ |      |       | Всего<br>за тему | КЗР | Р<br>(СР) | ИЗ* |
|                              | ЛЗ          | 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.2Т.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   |
|--|--|
| <b>Раздел 1. Теоретические основы управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях</b> |  |
| <u>Тема 1.1</u> Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Необходимость и значение связей с общественностью в государственных структурах</li> <li>2. Место связей с общественностью в органах власти</li> <li>3. Цели деятельности связей с общественностью в органах власти</li> <li>4. Принципы деятельности связей с общественностью в органах власти</li> <li>5. Функции связей с общественностью в органах власти</li> <li>6. Задачи связей с общественностью в органах власти</li> </ol> |
| <u>Тема 1.2:</u> Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сформулируйте основные виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждении.</li> <li>2. Назовите особенности аналитических исследований в органах власти.</li> <li>3. Обоснуйте понятие стратегического планирования.</li> <li>4. Сформулируйте сущность аналитической работы в госучреждении.</li> </ol>   |

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

|   |  |
|---|--|
| государственной власти  | <p>реализации PR-проекта.</p> <p>3. Охарактеризуйте особенности осуществления PR-проектов в органах власти.</p> <p>4. Сформулируйте отличия реализации PR-проектов в органах власти и коммерческих структурах.</p> <p>5. Назовите специфику осуществления PR-проекта в органах судебной власти</p> <p>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.</p> <p>2. Назовите основные направления связей с общественностью в органах местного самоуправления.</p> <p>3. Охарактеризуйте особенности PR-деятельности в органах местной власти.</p> <p>4. Определите факторы проблематики осуществления PR-деятельности в органах местной власти.</p> <p>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

##### Задание 1

Деятельность связей с общественностью в органах государственной власти обеспечивает согласование общесоциальных, корпоративных (групповых) и частных интересов, что и определяет наличие и сочетание разнообразных функций.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правового столбца (в соответствии может быть несколько правильных ответов)

| Характеристика сущности функции управления связями с общественностью в органах власти |   | Наименование функции управления связями с общественностью в органах власти |                        |
|---|---|--|------------------------|
| А   | Направлена на реализацию коммуникационной политики органов власти   | 1  | Аналитическая          |
| Б   | Определяет правовое обеспечение деятельности службы по связям с общественностью.  | 2  | Информационная функция |
| В   | Предполагает знание основ законодательства, подпадающего под компетенцию профессиональной деятельности  | 3  | Правовая.              |
| Г   | Реализуется путём проведения исследований значимых для общества процессов, событий и явлений, общественного мнения, ожиданий и потребностей, отношения к органу власти, его |  |                        |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
|   | восприятия, имиджа и репутации   |  |  |
| Д | Включает изучение внешних и внутренних обстоятельств процессов, анализ событий, фактов и ситуаций, оценку общественного мнения |  |  |

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| А | Б | В | Г | Д |
|   |   |   |   |   |

## Задание 2

*Внимательно прочтите предложенные варианты ответа, выберите правильные ответы, запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов:*

**2**

Отдел по связям с общественностью ежегодно осуществляет разработку перспективного плана. Такой план включает основные направления PR-деятельности на следующий год. Укажите, что из перечисленного относится к мероприятиям перспективного плана отдела по связям с общественностью.

А. Создание внутрикорпоративного сайта организации, организация корпоративных выездов сотрудников с семьями, прочих мероприятий;

Б. Организация конференции по вопросам взаимодействия организации и общественности; расширение адресной программы;

В. Выполнение работ по формированию бюджета организации;

Г. Организовать и расширять взаимодействие с ведущими интернет-информационными изданиями региона; организовать проведение пресс-конференций по актуальным вопросам работы организации;

Д. Разработка кодекса корпоративной этики и плана его внедрения в деятельность организации.

Ответ:

## Задание 3

*Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки*

При правильном построении своей работы специалисты PR-отдела способны не только разрешать, но и предотвращать конфликтные ситуации. Определенные PR-мероприятия могут использоваться как инструмент преодоления внутриорганизационных конфликтов. Какие именно меры целесообразно использовать в таком случае?

Ответ:

## Задание 4

*Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки*

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.

Вопрос: 1. Что сделал согласно уставу офицер?

2. Что сделал согласно канонам Public Relations Нельсон?

3. Какова роль поступка Нельсона с точки зрения Public Relations?

### **Задание 5**

*Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки*

Существует выражение: «Если вы хотите, чтобы оркестр играл вместе, иногда старайтесь дирижировать непонятно».

Задание:

1. В каких случаях обоснована эта рекомендация для работы отдела по связям с общественностью в органах власти?

2. В чем полезность данной рекомендации?

Ответ:

### **Задание 6**

*Прочитайте текст и установите последовательность действий:*

Разработка сайта выступает инструментом для позиционирования органа власти, эффективного общения с различными целевыми аудиториями и оперативного взаимодействия со СМИ. Основными этапами разработки сайта организации являются:

А) разработка дизайна с соблюдением всех нормативных правовых требований;

Б) обучение специалистов на стороне заказчика особенностям размещения и обновления информации на готовом сайте;

В) интеграция программной части сайта в существующую информационную структуру - размещение проекта на сервере;

Г) составление технического задания на разработку сайта;

Д) разработка программной части будущего сайта и обеспечение соответствия требованиям информационной безопасности.

*Запишите соответствующую последовательность букв слева направо:*

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

### **Задание 7**

*Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа:*

Взаимодействие специалистов по связям с общественностью с печатными изданиями предполагает подготовку и публикацию в них материалов различных жанров. Наиболее распространенными являются следующие жанры: информация; расширенная информация, отчет, пресс-релиз, комментарий, интервью, репортаж, статья, зарисовка. Какой из этих жанров преобладает среди остальных жанров, если редакции печатных изданий заинтересованы в постоянном освещении деятельности органов власти?

А) расширенная информация;

- Б) пресс-релиз;
  - В) информация
  - Г) репортаж, комментарий;
  - Д) отчет, статья;
  - Е) интервью и зарисовка.
- Ответ:

### **Задание 8**

*Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки:*

Размещение информации об организации на любом из теле- или радио каналов зависит от значимости самой информации. Почему стоит рассматривать адекватность специфики теле- или радиоканала (равно как специфики тех или иных программ) специфике организации и специфике информации о ней?

### **Задание 9**

*Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки:*

Специалист отдела по связям с общественностью обнаружил активное обсуждение в социальных сетях некой клеветнической информации, опубликованной в одном из печатных изданий города о вашей организации. Составьте алгоритм реагирования на данное явление.

Ответ:

### **Задание 10**

*Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки:*

Недостаток информации порождает слухи, с которыми зачастую бороться тяжелее, чем с самим кризисом, тем более в сети Интернет.

*Задание:*

Какие слухи могут породить народные волнения?

Как им противодействовать?

Какова суть каждого из методов противодействия слухам?

Ответ:

## 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 исказившие 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. Праздничные мероприятие в Республике (городе).
3. Представительский прием почетных гостей Республики.
4. Открытие экономического (медицинского, научного) Форма 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»
- Сергей Лавров;
- Владимир Жириновский;
- 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"> <li>- полное раскрытие темы;</li> <li>- указание точных названий обсуждаемых явлений, знание современного состояния проблемы;</li> <li>- правильная формулировка понятий и категорий;</li> <li>- самостоятельность ответа, умение вводить и использовать классификации и квалификации, анализировать и делать собственные выводы по рассматриваемой теме;</li> <li>- использование материалов современной отечественной и зарубежной литературы и иных материалов и др.</li> </ul> |
| Хорошо                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- недостаточно полное раскрытие темы;</li> <li>- несущественные ошибки в определении понятий, категорий и т.п., кардинально не меняющих суть изложения;</li> <li>- репродуктивность ответа: отсутствие самостоятельного анализа и оценочных суждений</li> <li>- недостаточное использование материалов современной отечественной и зарубежной литературы и иных материалов и др.</li> </ul>  |
| Удовлетворительно               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- отражение лишь общего направления темы;</li> <li>- наличие достаточного количества несущественных или одной- двух существенных ошибок в определении понятий и категорий и т.п.;</li> <li>- неспособность осветить современное состояние проблемы</li> </ul>  |
| Неудовлетворительно             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание темы не раскрыто;</li> <li>- большое количество существенных ошибок;</li> <li>- отсутствие умений и навыков, обозначенных выше в качестве критериев выставления положительных оценок др.</li> </ul>   |

\* 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.

Направление подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление  
 Профиль «Государственная и муниципальная служба»  
**КАФЕДРА ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОГО  
 АДМИНИСТРИРОВАНИЯ**

Учебная дисциплина: Управление общественными связями в государственной и  
 муниципальной службе  
 Курс II Семестр III Форма обучения: 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 - \_\_\_\_\_.2024 г. (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_.2024 г.)

Зав. кафедрой: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
 Е.В. Хасанова