

Министерство образования Московской области

Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Государственный гуманитарно-технологический университет»

Информация о владельце:

ФИО: Егорова Галина Викторовна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 06.10.2023 10:49:40

Уникальный программный ключ:

4963a4167398d8232817460cf5aa76d186dd7c25

УТВЕРЖДАЮ

Проректор



26 июня 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.32

Связи с общественностью в органах власти

Направление подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

Направленность (профиль) программы:

Управление социально-экономическими системами

Квалификация выпускника Бакалавр

Форма обучения _____ очно-заочная

2023

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Рабочая программа дисциплины составлена на основе учебного плана 38.03.04 Государственное и муниципальное управление по профилю «Управление социально-экономическими системами» (очно-заочная форма обучения) 2023 года начала подготовки¹.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1 Целью освоения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» является формирование у студентов компетенций, необходимых для профессиональной деятельности, изучение студентами современных форм и методов управления общественными отношениями, формирование представлений о роли и функциях связей с общественностью (ПР) ПР-технологий в политике, экономике, социальной сфере, ознакомление студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе управления социально-экономическими системами.

2.2 Задачами курса являются:

- формирование навыков по разработке мер регулирующего воздействия на общественные отношения и процессы социально-экономического развития;
- ознакомление с проблемами организации взаимодействия с внешними организациями и гражданами;
- формирование базы знаний для участия в развитии системы планирования профессиональной деятельности;
- участие в разработке и реализации управленческих решений,
- анализ взаимосвязи ПР-технологий.

2.3 Знания и умения обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индикаторы достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Наименование индикатора достижения универсальной компетенции
ОПК-7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	ОПК-7.1 Знает: особенности внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций; ОПК-7.2 Умеет: использовать профессиональные приемы и технологии деловой коммуникации для достижения поставленных целей в процессе делового общения; ОПК-7.3 Владеет: техниками и приемами анализа коммуникативных процессов в организации и разработкой предложений по повышению их эффективности.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» относится к Б1.О.32

обязательной части ОП.

¹ При изучении дисциплины учтены объекты профессиональной деятельности выпускников (органы государственной власти Российской Федерации, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, государственные и муниципальные предприятия и учреждения, институты гражданского общества, общественные организации, некоммерческие и коммерческие организации, международные организации, научные и образовательные организации). При этом в общем аспекте социально-экономическая система (СЭС) рассматривается как целостная совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих социальных и экономических элементов (субъектов) и отношений по поводу распределения и потребления материальных и нематериальных ресурсов, производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг. Подчеркнем существенное разнообразие СЭС:
– локальные СЭС (предприятия, учреждения, институты, организации, объединения, отрасли);
– региональные СЭС (регион, муниципальные образования);
– национальные СЭС (национальная экономика, страна).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Название разделов (модулей) и тем	семестр	Виды учебных занятий					
		контактная работа			сам. работа	Промеж. аттестация	
		Лекции	Пр.			Экзамен	36
		12	24		108		
Модуль 1. Введение в дисциплину.	6	8	12		80		
Тема 1. История и теоретические основы общественных отношений (ПР).	6	2	3		20		
Тема 2. Правовые основы управления общественными отношениями (ПР)	6	2	3		20		
Тема 3. Организационные формы и мероприятия ПР.	6	2	3		20		
Тема 4. Управление общественными отношениями и средства массовой информации.	6	2	3		20		
Модуль 2. Реализация ПР в социально-экономических системах.	6	4	12		28		
Тема 5. Реализация общественных отношений на региональном уровне	6	1	3		4		
Тема 6.Связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.	6	1	13		8		
Тема 7. Информационная политика РФ и ПР: особенности взаимодействия и развития.	6	1	3		8		
Тема 8. Политические ПР и технологии в избирательных кампаниях.	6	1	3		8		
Промеж. аттестация	6					Экзамен 36	

4.2 Содержание дисциплины структурированное по темам (разделам)

Лекционные занятия

Модуль 1. Введение в дисциплину

Тема 1. История и теоретические основы общественных отношений (ПР).

История развития связей с общественностью. Общественные отношения в Европе. История российских ПР. Виды и формы общественных отношений. Предмет и объект общественных отношений. Цели и методы общественных отношений. Функции, институты ПР. Сущность и принципы связей с общественностью Основные понятия в сфере управления общественными отношениями. Уровни ПР.

Тема 2. Правовые основы управления общественными отношениями (ПР).

Источники правового закрепления первых общественных отношений. Практика зарубежного правового регулирования ПР. Международное законодательство в сфере ПР. Правовое регулирование деятельности международных организаций в сфере ПР. Особенности правового регулирования современных российских ПР. Тенденция развития правового поля в сфере ПР в РФ. Нормативные акты РФ регулирующие общественные отношения.

Тема 3. Организационные формы и мероприятия ПР.

Структура ПР-фирмы. Планирование и проведение ПР-кампании. Стадии ПР-кампаний. Организационные формы в связях с общественностью. Организационные мероприятия ПР. Деятельность ПР-служб в кризисных ситуациях. Технологии, применяемые во «внутреннем ПР». Этика в связях с общественностью.

Тема 4. Управление общественными отношениями и средства массовой информации.

Отношения с печатными средствами массовой информации. Функции пресс-центра. Пресс-секретарь: функции, индивидуальный стиль, эффективность работы. Методы анализа СМИ. Этика отношений с прессой. Пресс-релизы. Пресс-конференции. Брифинги. Посещение объектов. Современные требования к печатной продукции. Содержание, оформление. Особенности журналистской психологии. Методы работы журналиста. Издательские технологии. Работа с типографиями. Электронные ПР-технологии.

Модуль 2. Реализация ПР в социально-экономических системах.

Тема 5. Реализация общественных отношений на региональном уровне

Цели и задачи ПР. Принципы и методы работы ПР-служб в регионе. Основные направления ПР- деятельности в региональных управленческих структурах. Особенности отраслевых ПР-технологий.

Тема 6. Связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.

Эффективность управления общественными отношениями в системе государственной службы. Системное программирование деятельности служб ПР в органах государственной власти. Лоббирование в органах государственной власти. Цели и задачи работ по управлению общественными отношениями в органах местного самоуправления. Особенности общественных отношений на малых и «замкнутых» территориях. Формы работы с населением. Эффективность управления общественными отношениями для различных субъектов управления (органы государственные власти Российской Федерации, органы государственные власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, государственные и муниципальные предприятия и учреждения, институты гражданского общества, общественные организации, некоммерческие и коммерческие организации, международные организации, научные и образовательные организации).

Тема 7. Информационная политика РФ и ПР: особенности взаимодействия и развития.

Российский опыт и особенности развития ПР. Органы исполнительной власти РФ осуществляющие информационную политику в РФ. Защита информации в управлении связями с общественностью. Роль информации в государственном управлении. Проблемы становления информационной политики в РФ. Право общества на получение информации и деятельность ПР-служб.

Тема 8. Политические ПР и технологии в избирательных кампаниях.

Политическая реклама: сущность, формы и методы. Отличия политической рекламы от коммерческой. Характерные черты политической рекламы. Планирование политических кампаний. Реализация и контроль за ходом избирательных кампаний. Виды избирательных технологий. Система разработки выборных ПР-технологий.

Практические занятия

Модуль 1. Введение в дисциплину

Практическое занятие 1.

Тема 1. История и теоретические основы общественных отношений (ПР).

Учебные цели: изучить историю и теоретические основы общественных отношений.

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ

связей с общественностью

виды и формы общественных отношений
предмет и объект общественных отношений
общественные отношения в Европе и России
цели и методы общественных отношений
функции и институты общественных отношений
сущность и принципы связей с общественностью
уровни общественных отношений

Практическое занятие 2.

Тема 3. Организационные формы и мероприятия ПР.

Учебные цели: изучить организационные формы, технологии ПР-кампаний.

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ

структура ПР-фирмы
планирование и проведение ПР-кампаний
стадии ПР-кампаний
организационные формы в связях с общественностью
организационные мероприятия ПР
технологии, применяемые во «внутреннем ПР».
этика в связях с общественностью

Практическое занятие 3.

Тема 5. Реализация общественных отношений на региональном уровне.

Учебные цели: изучить цели, задачи и методы реализации общественных отношений на региональном уровне

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ

цели и задачи ПР.
принципы и методы работы ПР-служб в регионе
основные направления ПР- деятельности в региональных управленческих структурах
особенности отраслевых ПР-технологий

Практическое занятие 4.

Тема 6. Связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.

Учебные цели: изучить основу построения системы связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ

системное программирование деятельности служб ПР
лоббирование интересов
цели и задачи работ по управлению общественными отношениями в органах местного самоуправления
особенности общественных отношений на малых и «замкнутых» территориях
формы работы с населением

Практическое занятие 5.

Тема 7. Информационная политика РФ и ПР: особенности взаимодействия и развития.

Учебные цели: ознакомиться с информационной политикой РФ и особенностями взаимодействия ПР-служб и управлением связями с общественностью

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ

роль информации в государственном управлении
особенности развития ПР в России
органы исполнительной власти РФ осуществляющие информационную политику в РФ.
способы защиты информации в управлении связями с общественностью
проблемы и перспективы становления информационной политики в РФ
право общества на получение информации и деятельность ПР-служб

Практическое занятие 6.

Тема 8. Политические ПР и технологии в избирательных кампаниях.

Учебные цели: ознакомиться с политическими ПР-технологиями, а также с технологиями в избирательных кампаниях

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ

политическая реклама: сущность, формы и методы
отличия политической рекламы от коммерческой рекламы
характерные черты политической рекламы
планирование политических кампаний
реализация и контроль за ходом избирательных кампаний

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В современных условиях востребованными качествами на рынке труда являются самостоятельность, инициативность, предприимчивость, деловитость, способность быстро и оперативно приспособиться к изменяющейся конъюнктуре рынка. Именно эти профессионально значимые и социально важные качества, столь необходимые теперь профессионалу, должны быть развиты в процессе обучения, в том числе, в ходе внеаудиторной самостоятельной работы студентов.

Рекомендуемые средства, методы обучения, способы учебной деятельности, применение которых для освоения конкретных модулей рабочей программы наиболее эффективно:

- обучение теоретическому материалу рекомендуется основывать на основной и дополнительной литературе, изданных типографским или электронным способом конспектах лекций; рекомендуется в начале семестра ознакомить студентов с программой дисциплины, перечнем теоретических вопросов для текущего промежуточного и итогового контроля знаний, что ориентирует и поощрит студентов к активной самостоятельной работе;

- на практических занятиях закрепляются и уточняются знания, полученные на лекциях и во время самостоятельной подготовки. Для развития творческих способностей студентов активно используются такие методы как дискуссия, мозговой штурм, обмен мнениями по проблемным вопросам, обсуждение докладов, сообщений. Подчеркнем, что при использовании интерактивных форм роль преподавателя резко меняется, перестаёт быть центральной, он лишь регулирует процесс и занимается его общей организацией, готовит заранее необходимые задания и формулирует вопросы или темы для обсуждения в группах, даёт консультации, контролирует время и порядок выполнения намеченного плана. Участники обращаются к социальному опыту – собственному и других людей, при этом им приходится вступать в коммуникацию друг с другом, совместно решать поставленные задачи, преодолевать конфликты, находить общие точки соприкосновения, идти на компромиссы.

В результате проведения практических занятий выявляются способности обучаемых применять полученные компетенции для решения задач, связанных с дальнейшей деятельностью выпускника.

Перечень литературы для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - Библиогр.: с. 319-322 - ISBN 978-5-394-00783-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930>

Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940>

Задания для реализации самостоятельной работы

Название разделов (модулей) и тем	Задания для самостоятельной работы
Модуль 1. Введение в дисциплину.	

Тема 1. История и теоретические основы общественных отношений (ПР).	Поиск и анализ дополнительной учебной литературы или иного материала. Составление конспекта, поиск и приведение примеров.
Тема 2. Правовые основы управления общественными отношениями (ПР)	Поиск и анализ дополнительной учебной литературы или иного материала. Составление конспекта, поиск и приведение примеров.
Тема 3. Организационные формы и мероприятия ПР.	Поиск и анализ дополнительной учебной литературы или иного материала. Составление конспекта, поиск и приведение примеров.
Тема 4. Управление общественными отношениями и средства массовой информации.	Поиск и анализ дополнительной учебной литературы или иного материала. Составление конспекта, поиск и приведение примеров.
Модуль 2. Реализация ПР в социально-экономических системах.	
Тема 5. Реализация общественных отношений на региональном уровне	Поиск и анализ дополнительной учебной литературы или иного материала. Составление конспекта, поиск и приведение примеров.
Тема 6. Связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.	Поиск и анализ дополнительной учебной литературы или иного материала. Составление конспекта, поиск и приведение примеров.
Тема 7. Информационная политика РФ и ПР: особенности взаимодействия и развития.	Поиск и анализ дополнительной учебной литературы или иного материала. Составление конспекта, поиск и приведение примеров.
Тема 8. Политические ПР и технологии в избирательных кампаниях.	Поиск и анализ дополнительной учебной литературы или иного материала. Составление конспекта, поиск и приведение примеров.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Территориальный продукт и его продвижение.
2. Территориальные аспекты маркетинговой деятельности.
3. Субъекты маркетинга территорий.
4. ПР страны.
5. ПР региона.
6. ПР города.
7. ПР муниципального образования.
8. ПР мест.
9. Способы повышения конкурентоспособности страны.
10. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона.
11. Внедрение территориального маркетинга на уровне муниципального района, сельских и городских поселений
12. Понятие и сущность маркетинговых исследований территории.
13. Основные направления маркетинговых исследований.
14. Методика маркетинговых исследований.
15. Правила и процедуры маркетинговых исследований.

16. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге.
17. Критерии выбора привлекательных рыночных сегментов в маркетинге территорий
18. Позиционирование и дифференциация территории.
19. Классификация конкурентных преимуществ территории.
20. Инвестиционный климат территории.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля, промежуточной аттестации приведен в приложении

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Основная литература

1. Китчен Ф. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 454 с. - ISBN 5-238-00603-9. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546>
2. Маркетинг ПР и рекламы [Электронный ресурс]: учебник / - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с. - ISBN 978-5-238-02194-2. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>
3. Туватова, А.Е. Специфика деятельности служб по связям с общественностью в органах местного самоуправления: бакалаврская работа / А.Е. Туватова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС, Факультет управления, Кафедра социологии и психологии. – Нижний Новгород : б.и., 2019. – 64 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562359>

7.2 Дополнительная литература

Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - Библиогр.: с. 319-322 - ISBN 978-5-394-00783-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930>

Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940>

8. ПЕРЕЧЕНЬ СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Все обучающиеся обеспечены доступом к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, которые подлежат обновлению при необходимости, что отражается в листах актуализации рабочих программ.

Современные профессиональные базы данных:

1. Административно-управленческий портал. URL: [http:// www.aup.ru](http://www.aup.ru)
2. Бизнес словарь // <http://www.businessvoc.ru>

Информационные справочные системы

Справочно-правовая система «Консультант плюс» - <http://base.consultant.ru>

Яндекс <https://yandex.ru/>

Рамблер <https://www.rambler.ru/>

Google <https://www.google.ru/>

Mail.ru <https://mail.ru/>

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Работа модифицируется в зависимости от этапа, на котором она ведется. Можно выделить три этапа:

1. Подготовка к лекции и работа во время лекции.
2. Подготовка к практическому занятию и работа на практическом занятии.
3. Подготовка к экзамену.

Подготовка к лекции и работа во время лекции.

Лекция считается важнейшей формой учебного процесса, она несет как информационную, так и организующую функции. Лекция читается преподавателем, однако, было бы ошибочно считать, что студент только слушает лекцию. В ходе учебной лекции всем следует активно и целеустремленно работать.

К каждой лекции студент должен быть подготовлен. Он более глубоко освоит материал, если, еще до начала лекции, уяснит: тему лекции, ее временные рамки и место в структуре курса. Весьма полезно, хотя бы в общих чертах, предварительно ознакомиться с соответствующей главой базового учебника или учебного пособия.

Во время лекции студент должен вести конспект, кратко записывая главные тезисы, фиксируя ссылки на литературу, схемы, цифры и другой важный материал. Невозможно записать все, что говорит преподаватель, этого и не требуется, следует записывать лишь самое главное, оставляя место для последующей доработки конспекта при изучении литературы и подготовке к практическим занятиям.

Подготовка к практическим занятиям и работа на практических занятиях.

Подготовка к занятиям начинается с изучения рекомендованной литературы, которые представлены в настоящей программе. Хороший конспект лекций без сомнения будет важным подспорьем при подготовке к практическому занятию. Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать Интернет-ресурсы: проводить поиск в различных поисковых системах.

В ходе практических занятий осуществляется текущий контроль качества знаний.

Основное в подготовке к сдаче экзамена - это повторение всего материала. Если студент плохо работал в семестре, пропускал лекции, слушал их невнимательно, не конспектировал, не изучал рекомендованную литературу, то в процессе подготовки к сессии ему придется не повторять уже знакомое, а заново в короткий срок изучать весь материал, что, зачастую, оказывается невозможно сделать из-за нехватки времени и сложности решаемой задачи. Для такого студента подготовка к экзамену будет трудным, а иногда и непосильным делом.

В дни подготовки следует избегать чрезмерной перегрузки умственной работой, чередуй труд и отдых. При подготовке студент весь объем работы должен распределять равномерно, контролировать выполнение намеченной работы. В период подготовки студент вновь обращается к уже изученному (пройденному) учебному материалу.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) используются электронные образовательные ресурсы, размещенные в электронной информационно - образовательной среде университета (ЭИОС ГГТУ):

Учебно-методические материалы и электронные образовательные ресурсы к ООП:

<http://dis.ggtu.ru/course/view.php?id=3364>

Флеш-накопитель с презентациями находится на кафедре экономики, управления и бизнеса.

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется в наличии следующая материально-техническая база:


Аудитории	Программное обеспечение
<ul style="list-style-type: none">- учебная аудитория для проведения учебных занятий по дисциплине, оснащенная компьютером с выходом в интернет, мультимедиа проектором;- помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ГГТУ;- специализированная аудитория для проведения лабораторных работ по дисциплине, оснащенная набором реактивов и лабораторного оборудования;	Операционная система Пакет офисных приложений Браузер Firefox, Яндекс

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

Автор: Фалей И.В. / 

Программа утверждена на заседании кафедры математики и экономики от 26 июня 2023г., протокол № 8

Зав. кафедрой Каменских Н.А. 

Министерство образования Московской области

Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Государственный гуманитарно-технологический университет»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ,
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.О.32 Связи с общественностью в органах власти

Направление подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

Направленность (профиль) программы

Управление социально-экономическими системами

Квалификация выпускника Бакалавр

Форма обучения очно-заочная

2023 г.

1.1 Индикаторы достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Наименование индикатора достижения универсальной компетенции
ОПК-7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	<p>ОПК-7.1 Знает: особенности внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций;</p> <p>ОПК-7.2 Умеет: использовать профессиональные приемы и технологии деловой коммуникации для достижения поставленных целей в процессе делового общения;</p> <p>ОПК-7.3 Владеет: техниками и приемами анализа коммуникативных процессов в организации и разработкой предложений по повышению их эффективности.</p>

1.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания²

Оценка уровня освоения компетенций на разных этапах их формирования проводится на основе дифференцированного контроля каждого показателя компетенции в рамках оценочных средств, приведенных в ФОС.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Критерии оценивания
<i>Оценочные средства для проведения текущего контроля</i>				
1.	Тест (показатель компетенции «Знание»)	Система стандартизированных заданий, позволяющая измерить уровень знаний .	Тестовые задания	Оценка <i>«Отлично»</i> : в тесте выполнено более 90% заданий. Оценка <i>«Хорошо»</i> : в тесте выполнено более 75 % заданий. Оценка <i>«Удовлетворительно»</i> : в тесте выполнено более 60 % заданий. Оценка <i>«Неудовлетворительно»</i> : в тесте выполнено менее 60 % заданий.
2.	Глоссарий (показатель компетенции «Знание»)	Набор материалов, направленных на проверку знания основных понятий дисциплины. Способ проверки степени освоения категориального аппарата.	Список терминов	Оценка <i>«Отлично»</i> : даны определения всех предложенных терминов, все задания выполнены правильно. Оценка <i>«Хорошо»</i> : даны грамотные определения всех представленных терминов, однако имеются отдельные недочёты. Оценка <i>«Удовлетворительно»</i> : большая часть терминов охарактеризована правильно, но все определения имеют недочёты; все определения представлены, но допущено несколько грубых ошибок. Оценка <i>«Неудовлетворительно»</i> : большая часть определений не представлена, либо представлена с грубыми ошибками.
3.	Реферат (показатель компетенции «Умение»)	Продукт самостоятельной работы, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной	Тематика рефератов	Оценка <i>«Отлично»</i> : показано понимание темы, умение критического анализа информации. Используется основная литература по проблеме, дано теоретическое обоснование актуальности темы, проведен анализ литературы, показано применение теоретических положений в профессиональной деятельности, работа корректно оформлена (орфография, стиль, цитаты, ссылки и т.д.). Изложение материала работы отличается логической последовательностью, наличием иллюстративно-аналитического материала (таблицы, диаграммы, схемы и т. д. – при необходимости), ссылок на литературные и нормативные

² Оценка «Отлично» и «Хорошо» соответствует повышенному уровню освоения компетенции согласно критериям оценивания, приведенных в таблице к соответствующему оценочному средству
Оценка «Удовлетворительно» соответствует базовому уровню освоения компетенции согласно критериям оценивания, приведенных в таблице к соответствующему оценочному средству
Оценка «Неудовлетворительно» соответствует показателю «компетенция не освоена»

		научной (учебно-исследовательской) темы, где раскрывается суть исследуемой проблемы, приводятся различные точки зрения, а также авторский взгляд на нее.		источники. Оценка «Хорошо»: показано понимание темы, умение критического анализа информации. В работе использована основная литература по теме (методическая и научная), дано теоретическое обоснование темы, раскрыто основное содержание темы, работа выполнена преимущественно самостоятельно, содержит проблемы применения теоретических положений в профессиональной деятельности. Изложение материала работы отличается логической последовательностью, наличием иллюстративно-аналитического материала (таблицы, диаграммы, схемы и т. д.- при необходимости), ссылок на литературные и нормативные источники. Имеются недостатки, не носящие принципиального характера, работа корректно оформлена. Оценка «Удовлетворительно»: не показано понимание темы, умение критического анализа информации. Библиография ограничена, нет должного анализа литературы по проблеме, тема работы раскрыта частично, работа выполнена в основном самостоятельно, не содержит элементов анализа реальных проблем. Не все рассматриваемые вопросы изложены достаточно глубоко, есть нарушения логической последовательности. Оценка «Неудовлетворительно»: не раскрыта тема работы. Работа выполнена несамостоятельно, носит описательный характер, ее материал изложен неграмотно, без логической последовательности, нет ссылок на литературные и нормативные источники.
4.	Эссе (показатель компетенции «Умение»)	Средство, позволяющее оценить умение письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Темы эссе	Оценка «Отлично»: представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта на теоретическом уровне, в связях с другими актуальными вопросами, с корректным использованием терминов и понятий в контексте ответа; дана аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт. Приводимые аргументы убедительны. Оценка «Хорошо»: представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта с корректным использованием терминов и понятий в контексте ответа (теоретические связи и обоснования не присутствуют или явно не прослеживаются); представлена частичная аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт. Оценка «Удовлетворительно»: представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта при формальном использовании терминов. Аргументация своего мнения слабо связана с раскрытием проблемы. Оценка «Неудовлетворительно»: слабо представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы, проблема раскрыта на бытовом уровне; аргументация своего мнения отсутствует.
5.	Практические задания (показатель компетенции «Владение»)	Направлено на овладение методами и методиками изучаемой дисциплины.	Практические задания	Оценка «Отлично»: продемонстрировано свободное владение профессионально-понятийным аппаратом, владение методами и методиками дисциплины. Показаны способности самостоятельного мышления, творческой активности. Оценка «Хорошо»: продемонстрировано владение профессионально-понятийным аппаратом, при применении методов и методик дисциплины незначительные неточности, показаны способности самостоятельного мышления, творческой активности. Оценка «Удовлетворительно»: продемонстрировано владение профессионально-понятийным аппаратом на низком уровне; допускаются ошибки при применении методов и методик дисциплины. Оценка «Неудовлетворительно»: не продемонстрировано владение профессионально-понятийным аппаратом, методами и методиками дисциплины.
6.	Творческое задание (показатель компетенции «Владение»)	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать владение способностью интеграции знаний в различные профессиональные области, аргументации собственной точки зрения. Может вы-	Темы творческих заданий	Оценка «Отлично»: продемонстрировано владение учебным материалом и профессиональной терминологией, теоретически обосновывается решение, лежащее в основе замысла и воплощенное в результате. Присутствует научность и творческий подход, демонстрируется оригинальность замысла. Показано владение комбинацией ранее известных способов деятельности при решении новой проблемы, владение технологией представления результатов (наглядность, оформление и др.) Оценка «Хорошо»: продемонстрировано владение учебным материалом, теоретически обосновывается решение, лежащее в основе замысла и воплощенное в результате. Научность, творческий подход и оригинальность замысла реализованы не в полной мере. Оценка «Удовлетворительно»: продемонстрировано владение учеб-

		полняться индивидуально или в группе.		ным материалом, теоретически обосновывается решение. Творческий подход и оригинальность замысла реализованы не в полной мере. Оценка «Неудовлетворительно»: не продемонстрировано владение учебным материалом, решение не обосновывается. Отсутствует решение проблемы.
<i>Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации</i>				
1.	Экзамен	Контрольное мероприятие, которое проводится по окончании изучения дисциплины.	Вопросы к экзамену	Оценка «Отлично»: знание теории вопроса, понятийно-терминологического аппарата дисциплины (состав и содержание понятий, их связей между собой, их систему); умение анализировать проблему, содержательно и стилистически грамотно излагать суть вопроса; глубоко понимать, осознавать материал; владение аналитическим способом изложения вопроса, научных идей; навыками аргументации и анализа фактов, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. Оценка «Хорошо»: знание основных теоретических положений вопроса; умение анализировать явления, факты, действия в рамках вопроса; содержательно и стилистически грамотно излагать суть вопроса. Но имеет место не-достаточная полнота по излагаемому вопросу. владение аналитическим способом изложения вопроса и навыками аргументации. Оценка «Удовлетворительно»: знание теории вопроса фрагментарно (неполнота изложения информации; оперирование понятиями на бытовом уровне); умение выделить главное, сформулировать выводы, показать связь в построении ответа не продемонстрировано; владение аналитическим способом изложения вопроса и владение навыками аргументации не продемонстрировано. Оценка «Неудовлетворительно»: знание понятийного аппарата, теории вопроса, не продемонстрировано; умение анализировать учебный материал не продемонстрировано; владение аналитическим способом изложения вопроса и владение навыками аргументации не продемонстрировано.

1.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля, промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

1. История возникновения связей с общественностью как сферы деятельности.
2. Связи с общественностью- публик рилейшнз (ПР) как управление общественными отношениями в системе экономических и общественных отношений цивилизованных стран.
3. История российских связей с общественностью.
4. Виды и формы общественных отношений
5. Предмет и объект общественных отношений
6. Цели и методы общественных отношений
7. Характеристика первой модели ПР в соответствии с теорией Дж. Грюника.
8. Функции, институты ПР.
9. Социальные функции ПР.
10. Качественные уровни ПР.
11. Источники правового закрепления первых общественных отношений
12. Нормативные акты РФ регулирующие общественные отношения.
13. Разработка этических профессиональных стандартов ПР-деятельности
14. Методы анализа СМИ.
15. Пресс-релиз: понятие и признаки.
16. Специфика ПР – публикаций.
17. Стадии ПР-кампаний
18. Организационные формы в связях с общественностью
19. Цели и задачи связей с общественностью в бизнесе.
20. Лоббирование в системе ПР.
21. Корпоративная этика.
22. Цели и задачи работ по управлению общественными отношениями в органах государственной и муниципальной власти.
23. Особенности прямого эфира, проведения радио- или теледебатов.
24. Формы работы с населением в органах государственной власти.
25. Органы исполнительной власти РФ осуществляющие информационную политику в РФ. Характеристика.
26. Защита информации и ПР.

27. Роль информации в государственном управлении
28. Инвестиционная привлекательность региона: основы формирования и основные направления ПР-кампании.
29. Политическая реклама: сущность, формы и методы.
30. Социальная реклама: значение и функции.
31. Отличия политической рекламы от коммерческой.
32. Система взаимодействия предвыборного законодательства РФ и реализации методов ПР в политической сфере.
33. Система разработки выборных ПР-технологий.
34. ПР-проект и его сопровождение. ПР планирование избирательных кампаний.
35. Особенности развития корпоративных ПР в России.
36. Понятие общественного мнения и его основные разновидности
37. Формирование общественного мнения и его структура.
38. Российский рынок ПР-услуг: основные участники и особенности.
39. Проблемы имиджа страны.
40. Процедура разработки социально ориентированных мер регулирующего воздействия на общественные отношения и процессы социально-экономического воздействия.
41. Проектирование организационных действий в сфере связей с общественностью.
42. Деловое общение и публичные выступления, переговоры, совещания в сфере связей с общественностью: особенности.
43. Внутриорганизационные и межведомственные коммуникации.
44. Взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

Практические контрольные задания в электронном виде

<https://dis.ggtu.ru/course/view.php?id=5347>

1. Задание: разработать комплекс мер для PR-продвижения личности (себя) на государственный пост

Формат предоставления: презентация Power Point, объем 10-15 слайдов

Примеры оформления презентаций, основные принципы:

Все - <https://bank.bonnieandslide.com/>,

примеры по темам:

Личность – <https://bank.bonnieandslide.com/presentation/202?s=16>

Сервис - <https://bank.bonnieandslide.com/presentation/80?s=6>

Кафе и рестораны - <https://bank.bonnieandslide.com/presentation/196?s=5>

Что должно быть в стратегии?

Цель: для чего? (например, улучшение или корректировка имиджа и т.д.), обоснование

Анализ текущей ситуации: основная информация о компании/ личности, конкурентные преимущества, достижения и регалии и т.д.

Целевая аудитория: основная аудитория, на кого направлен комплекс предлагаемых мероприятий (социально-демографический, психографический портрет, территориальная сегментация и пр.)

Тактические рекомендации: предлагаемый комплекс мер и инструментов для реализации поставленных задач, плановый бюджет для реализации мер

Итог: прогнозируемые результаты PR-кампании, плановые KPI проекта

Последний слайд: необходим call-to-action (призыв к действию) – это могут быть как контакты для звонка, аккаунты в соц.сетях, так и яркий слоган, побуждающий к дальнейшему взаимодействию и реализации анонсируемых мероприятий)

2. Задание. Посмотреть один из фильмов на выбор и написать рецензию, в которой отражены ответы на след. вопросы:

- Какие политические технологии и PR-инструменты были использованы в фильме?

- Насколько, на ваш взгляд, эффективно они были применены?

- Какие инструменты и технологии вы могли бы предложить для наиболее эффективного взаимодействия кандидата с аудиторией?

Фильмы (один на выбор):

- День выборов

- Вся королевская рать

- Плутство (Хвост виляет собакой)

- Выскочка

- Основные цвета

2. Проведите анализ работы информационной службы на уровне муниципального образования (раздел Новости). Сделать выводы о ПР-деятельности.

Примеры

<http://www.ozmo.ru/>

<http://www.pavpos.ru/>

<http://www.raion.istra.ru>

Практическая работа 2

Составить положение о работе ПР-службы или ПР-отдела в ОМСУ, образовательной организации и НКО.

Практическая работа 3

Анализ устава и программы политических партий.

Список терминов (глоссарий)-составить глоссарий

связи с общественностью

виды и формы общественных отношений

предмет и объект общественных отношений

цели и методы общественных отношений
функции и институты общественных отношений
сущность и принципы связей с общественностью
уровни общественных отношений
стадии ПР-кампаний
организационные формы в связях с общественностью
этика в связях с общественностью
политическая реклама
коммерческая реклама
планирование политических кампаний
реализация и контроль за ходом избирательных кампаний
виды избирательных технологий
система разработки выборных ПР-технологий

Форма отчетности: Письменный ответ. Сформулируйте определения к вышперечисленным понятиям.

Тестовые задания

1. Элементы структуры коммуникативного процесса (выберите три ответа из многих):
 - a) цель воздействия;
 - b) отправитель сообщения;
 - c) информационный канал;
 - d) способы манипуляции;
 - e) получатель сообщения;
 - f) социальные структуры.
2. Соотношение ПР и пропаганды:
 - a) это одно и то же;
 - b) пропаганда — это часть ПР;
 - c) ПР — это часть пропаганды;
 - d) это разные типы работы с общественностью.
3. Первые представления о связях с общественностью зародились в ...
 - a) Англии;
 - b) США;
 - c) Франции;
 - d) России.
4. Основное направление работы специалистов подразделений службы ПР (в коммерческой организации)
 - a) максимально длительное игнорирование общественного мнения и отсутствие информированности о нем руководства;
 - b) консультирование и подготовка важнейших выступлений первых лиц компании;
 - c) участие в ответственных деловых встречах, от которых зависит финансовое положение фирмы;
 - d) формирование стратегии фирмы с учетом общественных связей;
 - e) выработка стратегии фирмы в области ценообразования.
5. Короткая и конструктивная встреча официальных лиц, представляющих, по преимуществу, деловые или правительственные круги, со средствами массовой информации – это...
 - a) презентация;
 - b) брифинг;
 - c) пресс-тур;
 - d) прием;
 - e) пресс-конференция.
6. Сэм Блэк - это...
 - a) автор фундаментальных трудов по public relations;
 - b) советник по public relations президента США Джорджа Буша-младшего;
 - c) торговая марка, под которой продаются различные продуктовые товары;
 - d) известный экономист.
7. Цель ПР - это...
 - a) реклама фирмы и ее услуг;
 - b) согласие организации с ее общественностью;
 - c) повышение прибылей организации;
 - d) создание эффективного канала воздействия на социум.
8. Цель спонсорства - это...
 - a) демонстрация высокой корпоративной культуры и гражданства;
 - b) шумиха вокруг компании;
 - c) получение компанией сверхприбыли, не облагаемой налогами;
 - d) удовлетворение потребностей руководства фирмы.
9. Последовательность возникновения моделей коммуникации:
 - a) манипулятивная;
 - b) журналистская;
 - c) двусторонняя асимметричная;
 - d) двусторонняя симметричная.
10. Встреча представителей средств массовой информации друг с другом. Эта форма даёт возможность обменяться мнениями на актуальную тему, объяснить свои позиции, выявить какие-то общие тенденции, обсудить проблемы и даже прийти к общему решению – это...
 - a) презентация;

- b) брифинг;
 - c) пресс-тур;
 - d) прием;
 - e) пресс-клуб.
11. Мероприятия, используемые в ПР-практике (выберите три ответа из многих)
- a) публичные выступления;
 - b) снижение цены;
 - c) формализация отчетов;
 - d) конференции;
 - e) презентации;
 - f) выставки.
12. Для использования ПР в качестве инструмента преодоления внутрифирменных конфликтов необходимо, чтобы ...
- a) руководство регулярно информировало сотрудников о планах развития организации;
 - b) был создан внутрифирменный печатный орган;
 - c) предоставлялась достоверная и полная информация, не нарушающая интересы конфликтующих сторон.
13. Наиболее перспективная в современных условиях модель связей с общественностью - это..
- a) модель рекламы;
 - b) модель общественной информации;
 - c) двусторонняя ассиметричная модель;
 - d) двусторонняя симметричная модель.
14. ПР-задачи, решаемые выставочной деятельностью (выберите три ответа из многих):
- a) повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции и предприятия в целом;
 - b) укрепление делового имиджа предприятия;
 - c) выявление конкурентов;
 - d) продвижение товаров и услуг предприятия на рынке;
 - e) изучение рыночных условий;
 - f) разработка методов воздействия на потребителей.
15. Паблिसити – это ...
- a) база информационных средств массовой информации (СМИ);
 - b) создание популярности, известности;
 - c) исследование рынка потребительских услуг;
 - d) технология разработки рекламных текстов.
16. Исключите лишнюю коммуникационную модель ПР.
- a) двусторонний ассиметричный ПР;
 - b) манипулятивная модель;
 - c) модель общественной информации;
 - d) двусторонний симметричный ПР.
17. Форма информационных материалов свойственная для ПР ...
- a) пресс-релиз;
 - b) карта управленческих работ;
 - c) финансовый отчет;
 - d) бизнес-план.
18. ПР – это ...
- a) совокупные меры по «раскручиванию» торговой марки в целях пробуждения у покупателей чувства потребности, привязанности к признательности фирмы за предоставленные товары;
 - b) не навязывание чужой воли другим, а свободное сотрудничество с взаимовыгодными интересами всех партнеров;
 - c) искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности;
 - d) управление информацией о компании, если вы не занимаетесь ПР, то Вы не контролируете то, что о вас говорят другие и мнение о Вас складывается без Вашего вмешательства.
19. Крупнейшая российская ассоциация, объединяющая организации и специалистов, занимающихся public relations была организована в ... году.
- a) 1993;
 - b) 1991;
 - c) 1995;
 - d) 1989.
20. Особенность пропаганды заключается в ...
- a) том, чтобы заставить людей принять навязываемые точки зрения, отношения или ценности;
 - b) том, чтобы договориться с отдельными группами общественности на основе взаимовыгодных условий;
 - c) установлении эффективные коммуникации с представителями деловых кругов, государственных органов власти, финансовых институтов;
 - d) распространении политических точек зрения действующей власти.
21. Мероприятие посещения (или демонстрации) объекта организуется для журналистов, когда в целях полноценного освещения новости им необходимо лично увидеть то, о чем они будут писать – это ...
- a) презентация;
 - b) брифинг;
 - c) пресс-тур;
 - d) прием;
 - e) пресс-конференция.
22. Общественные отношения – это ...

- a) отношения между людьми;
 - b) взаимосвязи между социальными общностями, возникающие в процессе совместной деятельности и различных взаимодействий;
 - c) отношения между общественными организациями;
 - d) процесс передачи информации между источником и получателем.
23. Составляющий элемент информационного поля ПР в управлении персоналом - это...
- a) паблисити;
 - b) реклама продукции предприятия в СМИ;
 - c) внутрикорпоративное издание;
 - d) брошюры о продукции предприятия.
24. Состояние массового сознания, проявляющееся в совокупности оценочных суждений о событиях и фактах действительности, проблемах государственной и общественной жизни различных групп или слоев населения - это...
- a) ньюсмейкерство;
 - b) общественное мнение;
 - c) паблик рилейшнз.
25. Функция связей с общественностью?
- a) социальная;
 - b) информационно-коммуникативная;
 - c) политическая;
 - d) торгово-финансовая.
26. Коммуникация – это...
- a) процесс обмена сообщениями, информацией между различными личностями, социальными группами, общностями, организациями;
 - b) транспортные пути;
 - c) связь между людьми, организациями, государствами.
27. Паблисити как технология ПР — это технология...
- a) распространения в СМИ благоприятной информации о субъекте;
 - b) создания общественной популярности;
 - c) распространения благоприятных для субъекта мифов;
 - d) достижения положительной известности субъекта среди его общественности.
28. Элемент коммуникационного процесса - это...
- a) обратная связь;
 - b) сигнал;
 - c) направляющий;
 - d) указатель.
29. Модели коммуникации, предполагающие изучение обратной связи (выберите два ответа из многих):
- a) двусторонняя симметричная;
 - b) манипулятивная;
 - c) журналистская;
 - d) двусторонняя ассиметричная.
30. Соотношение ПР и маркетинга - это
- a) одно и то же;
 - b) маркетинг — это часть ПР;
 - c) ПР — это часть маркетинга;
 - d) разные виды деятельности, ориентированные на работу с общественностью организации.

Тематика рефератов

Формирование имиджа государственного деятеля средствами коммуникации и информации (на примере)

2. Государственный РК как механизм завоевания и удержания власти и политического влияния.
3. Политические перформансы
4. Теоретические аспекты выборных технологий и их использование в практике РК
5. Психоанализ и РК
6. Основные положения теории мифа и их использование в практике РК
7. Имидж известной компании (на примере)
8. Конструирование персонального имиджа
9. Профессия «спин-доктор». Ее появление и распространение
10. Имидж России в контексте глобализации
11. Лоббирование
12. Политическое консультирование
13. Кризисный РК
14. НЛП - наука или психотехнология?
15. Политический ПР в России
16. Имиджевые стратегии

17. Коммуникация в период выборов
18. Тендерный аспект лидерства в России
19. Манипуляция общественным сознанием
20. РК в Вооруженных силах
21. Мифологическая коммуникация
22. Невербальные компоненты политического имиджа
23. Пропагандистская коммуникация
24. Женщины-политики: проблема имиджа
25. Технологии избирательного
26. Международный РК
27. РК в Китае, Германии, Франции

Рекомендации по составлению реферата. Реферат представляет собой письменную работу по одной из актуальных проблем управления в социальной сфере. В отличие от научного доклада, эта работа более самостоятельная с точки зрения обоснования позиции студента по поводу проанализированных источников, высказанных предложений и выводов. Эти критерии требуют соответствующей предварительной подготовки студентов. Она включает: хорошее знание анализируемого вопроса; способность самостоятельно выделить в нем главное и изложить в письменном виде; готовность принять участие в публичном обсуждении исследуемой проблемы (на «круглом столе», в дискуссии, на групповом занятии).

Содержание реферата определяют следующие обязательные аналитические моменты: 1) поисковый характер, отражающий освоение студентами (в рамках заданной темы) основных концепций и научных подходов, конкретное знание ученых, исследующих данную проблему, и их позиций; 2) умение работать с документальной базой; 3) грамотное оформление (со ссылками на используемые труды, со сносками) реферативной работы.

Примерная тематика рефератов рекомендуется далее. Студент может самостоятельно (или после консультации с преподавателем) выбрать тему для работы. При этом необходимо учитывать: во-первых, насколько тема реферата актуальна как для исследования, так и для управленческой практики; во-вторых, степень научной разработанности проблемы и соответственно наличие специальной литературы и ее доступность; в-третьих, любой вопрос, связанный с практикой государственного и муниципального управления в социальной сфере, предполагает использование нормативно-правовых документов органов государственной власти и местного самоуправления.

Реферативная работа имеет следующую структуру: введение (1-1,5 страницы), где формулируются актуальность темы и проблемная ситуация в ее состоянии; основная часть, включающая теоретические аспекты анализируемой темы и результаты эмпирических исследований; заключение (1 - 1,5 страницы), в котором формулируются выводы по теме, даются рекомендации по ее дальнейшей разработке.

Объем реферативной работы 12—15 страниц текста, оформленного по установленному образцу. Реферат проверяется преподавателем.

Форма отчетности: Письменная работа.

Темы эссе

Напишите эссе на заданную тему, предварительно сформировав команды

Темы эссе

1. Информационная политика органов государственной власти и управления.
2. Организация деятельности приёмных и отделов жалоб и обращений граждан.
3. Общение с населением Президента РФ, как элемент ПР.
4. Практика прямого общения руководителя регионального уровня с населением.
5. Деятельность управлений по связям с общественностью в органах государственной власти.
6. Проблемы взаимодействия региональных органов государственной власти и региональных печатных СМИ.
7. Особенности отражения деятельности региональных органов государственной власти в электронных СМИ.
8. Особенности человеческого восприятия и ПР.
9. Сбор данных в системе управления общественными отношениями.
10. Нетрадиционные приёмы в ПР.
11. Управление общественными отношениями и выборы в органы местного самоуправления.
12. Управление общественными отношениями и выборы депутатов законодательного органа субъекта РФ.
13. Значение благотворительности во внешнеэкономической деятельности.
14. Презентации, их цели и особенности проведения.
15. Типы средств массовой информации и их влияние на общественность.
16. Проблемы и методы изучения общественного мнения.
17. Роль электронных СМИ на общественно-политическую жизнь в регионе.
18. Лоббирование в представительных органах государственной власти, как элемент политических ПР-технологий.
19. Интернет как сфера политического влияния.
20. Организация специальных акций как способ создания информационных поводов для СМИ.

Рекомендации по составлению Эссе от французского "essai", англ. "essay", "assay" - попытка, проба, очерк; от латинского "exagium" - взвешивание. Создателем жанра эссе считается М.Монтень ("Опыты", 1580 г.). Это прозаическое сочинение - рассуждение небольшого объема со свободной композицией. Жанр критики и публицистики, свободная трактовка какой-либо проблемы. Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Как правило, эссе предполагает новое, субъективно окрашенное слово о чем - либо и может иметь философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный, беллетристический характер.

Эссе студента - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Писать эссе чрезвычайно полезно, поскольку это позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и использованием изучаемых моделей, подробный разбор предложенной задачи с развернутыми мнениями, подбор и детальный анализ примеров, иллюстрирующих проблему и т.д. тема эссе должна содержать в себе вопрос, проблему, мотивировать на размышление.

Построение эссе

Построение эссе - это ответ на вопрос или раскрытие темы, которое основано на классической системе доказательств.

Структура эссе

Титульный лист.

Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно **сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.**

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?». Например, при работе над темой «Экономика России времен Петра I: традиционная или командная» в качестве подтемы можно сформулировать следующий вопрос: «Какие признаки были характерны для экономики того периода?».

Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы. В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое,

Постоянство — изменчивость. В процессе построения эссе необходимо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим и иллюстративным материалом. Следовательно, наполняя содержанием разделы аргументацией (соответствующей подзаголовкам), необходимо в пределах параграфа ограничить себя рассмотрением одной главной мысли.

Хорошо проверенный (и для большинства — совершенно необходимый) способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается сделать (и ответить на вопрос, хорош ли замысел). Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение (импликацию) исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Структура аппарата доказательств, необходимых для написания эссе

Доказательство - это совокупность логических приемов обоснования истинности какого-либо суждения с помощью других истинных и связанных с ним суждений. Оно связано с убеждением, но не тождественно ему: аргументация или доказательство должны основываться на данных науки и общественно-исторической практики, убеждения же могут быть основаны на предрассудках, неосведомленности людей в вопросах экономики и политики, видимости доказательности. Другими словами, доказательство или аргументация - это рассуждение, использующее факты, истинные суждения, научные данные и убеждающее нас в истинности того, о чем идет речь.

Структура любого доказательства включает в себя три составляющие: тезис, аргументы и выводы или оценочные суждения.

Тезис — это положение (суждение), которое требуется доказать. **Аргументы** — это категории, которыми пользуются при доказательстве истинности тезиса. **Вывод** — это мнение, основанное на анализе фактов. **Оценочные суждения** — это мнения, основанные на наших убеждениях, верованиях или взглядах. **Аргументы** обычно делятся на следующие группы:

Удостоверенные факты — фактический материал (или статистические данные). Факты — это питательная среда для выяснения тенденций, а на их основании - законов в различных областях знаний, поэтому мы часто иллюстрируем действие законов на основе фактических данных.

Определения в процессе аргументации используются как описание понятий, связанных с тезисом.

Законы науки и ранее доказанные теоремы тоже могут использоваться как аргументы доказательства.

Виды связей в доказательстве. Для того чтобы расположить тезисы и аргументы в логической последовательности, необходимо знать способы их взаимосвязи. Связь предполагает взаимодействие тезиса и аргумента и может быть прямой, косвенной и разделительной. Прямое доказательство — доказательство, при котором истинность тезиса непосредственно обосновывается аргументом. Например: мы не должны идти на занятия, так как сегодня воскресенье. Метод прямого доказательства можно применять, используя технику индукции, дедукции, аналогии и причинно-следственных связей. Индукция — процесс, в результате которого

мы приходим к выводам, базирующимся на фактах. Мы движемся в своих рассуждениях от частного к общему, от предположения к утверждению. Общее правило индукции гласит: чем больше фактов, тем убедительнее аргументация.

Дедукция — процесс рассуждения от общего к частному, в котором вывод обычно строится с опорой на две предпосылки, одна из которых носит более общий характер.

Требования к фактическим данным и другим источникам

При написании эссе чрезвычайно важно то, как используются эмпирические данные и другие источники (особенно качество чтения). Все (фактические) данные соотносятся с конкретным временем и местом, поэтому прежде, чем их использовать, необходимо убедиться в том, что они соответствуют необходимому для исследований времени и месту. Соответствующая спецификация данных по времени и месту — один из способов, который может предотвратить чрезмерное обобщение, результатом которого может, например, стать предположение о том, что все страны по некоторым важным аспектам одинаковы (если вы так полагаете, тогда это должно быть доказано, а не быть голословным утверждением).

Практические задания

Практическая работа 1

Проведите анализ работы информационной службы на уровне муниципального образования (раздел Новости). Сделайте выводы о ПР-деятельности.

Примеры

<http://www.ozmo.ru/>

<http://www.pavpos.ru/>

<http://www.raion.istra.ru>

Практическая работа 2

Составить положение о работе ПР-службы или ПР-отдела в ОМСУ, образовательной организации и НКО.

Практическая работа 3

Анализ устава и программы политических партий.

Темы творческих заданий

1. Организационные формы и мероприятия ПР.

Ролевая игра на тему. Практическое применение ПР-методов в качестве средств влияния на аудиторию.

Задачи:

- позиционирование ПР-объекта,
- возвышение имиджа,
- антиреклама,
- отстройка от конкурентов,
- контрреклама.

2. Управление общественными отношениями и средства массовой информации.

Ролевая игра на тему. Роль пресс-конференции и СМИ в связях с общественностью.

Задачи:

- Составление пресс-релиза
- Проведение пресс-конференции
- (роль представителей СМИ – все студенты группы, кроме участников пресс-конференции).
- Разработка и презентация оригинал-макета газеты.
- Применение законов слова и рекламы в разных отраслях.

3. Реализация общественных отношений в нефтяных и газодобывающих фирмах Западно-Сибирского региона.

Ролевая игра на тему. Реклама и реализация товаров/услуг на международном рынке и получение максимальной прибыли.

Задачи:

- Реализация качественных уровней ПР.
- Доминанты и стереотипы в рекламе товаров и использование данных навыков в реализации сырья.
- Реклама /привлечение клиентов к своей продукции (сырью).
- Реализация продукции.
- Особенности ПР- деятельности в органах власти регионального уровня.

4. Связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.

Ролевая игра на тему. Разработка системы взаимодействия органов государственной власти с населением

Задачи:

- Разработка практических основ деятельности общественной приёмной.
- Прямая речь главы региона.
- Приём по личным вопросам граждан.
- Создание системы учреждений работы с населением.

5. Информационная политика РФ и ПР: особенности взаимодействия и развития.

Ролевая игра на тему. Информационная политика региона, как инструмент экономической и политической стабильности.

Задачи:

- Заседание Правительства Московской области (созданное студентами),
- по формированию информационной политики Московской области.
- Параметры информационной политики.

- Роль информационной политики государственных органов власти на экономико-политическое развитие региона.
- Работа ПР-служб.

6. Политические ПР и технологии в избирательных кампаниях.

Ролевая игра на тему. Влияние политических ПР-технологий на результаты выборов.

Задачи:

- Проведение политических выборов.
- Формирование предвыборного штаба.
- Определение целей и виды предвыборной агитации.
- Избирательная кампания кандидатов из группы.
- Изготовление политической рекламы.
- Предвыборная агитация.
- Политические ПР-технологии.

Список терминов (гlossарий)

связи с общественностью

виды и формы общественных отношений

предмет и объект общественных отношений

цели и методы общественных отношений

функции и институты общественных отношений

сущность и принципы связей с общественностью

уровни общественных отношений

стадии ПР-кампаний

организационные формы в связях с общественностью

этика в связях с общественностью

политическая реклама

коммерческая реклама

планирование политических кампаний

реализация и контроль за ходом избирательных кампаний

виды избирательных технологий

система разработки выборных ПР-технологий

Форма отчетности: Письменный ответ. Сформулируйте определения к вышеперечисленным понятиям.

Схема соответствия типовых контрольных заданий и оцениваемых знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Формируемая компетенция	Наименование индикатора достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ОПК-7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества,	ОПК-7.1	Вопросы к экзамену Тестовые задания Список терминов
	ОПК-7.2	Вопросы к экзамену Тематика рефератов Темы эссе

средствами массовой информации.	ОПК-7.3	Вопросы к экзамену Темы творческих заданий Практические задания
---------------------------------	---------	---