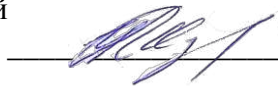


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.07.2025 13:54:44
Уникальный программный ключ:
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b172b88dd38f9301d8c2340974f9

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«Институт непрерывного образования»

Рассмотрено
на заседании кафедры экономики и управления
Зав. кафедрой



Бодрова Е.Е.
28 апреля 2025 г.



УТВЕРЖДАЮ:
Ректор АНО ВО «ИНО»



Цветлюк Л.С.
28 апреля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Связи с общественностью в органах власти
для направления подготовки
38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»,
направленность (профиль) «Муниципальное управление»

Уровень бакалавриата

Квалификация выпускника
Бакалавр

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы
доц., к.э.н. Бодрова Е.Е.

Москва, 2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» разработана Дивненко О.Д.

Рабочая программа учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 **Государственное и муниципальное управление** (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13 августа 2020 г. № 1016, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление».

СОДЕРЖАНИЕ:

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	7
3. Содержание учебной дисциплины.....	8
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения.....	8
3.2. Учебно-тематический план по очно-заочной форме обучения.....	8
3.3. Учебно-тематический план по заочной форме обучения.....	8
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.....	9
5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине.....	11
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине....	11
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	12
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	13
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы..	14
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	22
6. Перечень основной и дополнительной литературы для освоения учебной дисциплины.....	22
6.1. Основная литература.....	22
6.2. Дополнительная литература.....	23
7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современные профессиональные базы данных и информационные системы, необходимые для освоения учебной дисциплины.....	23
8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	24
9. Программное обеспечение информационно- коммуникационных технологий.....	25
9.1. Информационные технологии.....	25
9.2. Программное обеспечение.....	25
9.3. Информационно-справочные системы.....	25
10. Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы по учебной дисциплине	25
11. Образовательные технологии.....	25

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в формировании у студентов знаний по основным современным концепциям, методическим основам и практическим рекомендациям построения и ведения коммуникаций с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- знать важнейшие тенденции развития мирового PR;
- освоить концепции организации общественных связей за рубежом и в России, уяснить специфику российской ситуации
- освоить некоторые методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина является обязательным элементом вариативной части Блока 1 ОПОП ВО.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК - 7

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
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 основы современных внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций ОПК-7.2. Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации ОПК-7.3. Способен обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет **4** зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		5
Аудиторные учебные занятия, всего	60	60
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	24	24
Практические занятия	36	36
Самостоятельная работа обучающихся, всего	80	80
В том числе:		
Самоподготовка	40	40
Рефераты/доклады	20	20
Тестирование	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	4	зачет с оценкой
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	4/144	

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		5
Аудиторные учебные занятия, всего	48	48
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	20	20
Практические занятия	28	28
Самостоятельная работа обучающихся, всего	92	92
В том числе:		
Самоподготовка	52	52
Рефераты/доклады	25	25
Тестирование	25	25
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	4	зачет с оценкой
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	4/144	

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		5
Аудиторные учебные занятия, всего	16	16
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	6	6
Практические занятия	10	10
Самостоятельная работа обучающихся, всего	124	124
В том числе:		
Самоподготовка	64	64
Рефераты/доклады	30	30
Тестирование	30	30
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	4	зачет с оценкой
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	4/144	

3. Содержание учебной дисциплины

3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем аудиторных занятий составляет 60 ч.

Объем самостоятельной работы –80 ч.

№ п/ п	Модуль, раздел (тема)	Виды учебной работы, академических часов					Формы контроля освоения обучающимися учебной дисциплины		
		Всего	Самостоятельная работа обучающегося	Контактная работа преподавателя с обучающимися			Текущий контроль освоения обучающимися учебной дисциплины		Промежуточная аттестация обучающихся
				Всего	Лекционного типа	Практические занятия	Доклад/Реферат	Тестирование	Зачет с оценкой
1	Паблик рилейшнз: значение, содержание, история становления	24	15	12	6	6	+	+	
2	Отношение паблик рилейшнз со средствами массовой информации	24	13	10	4	6	+	+	
3	Отношение паблик рилейшнз с потребителями, занятыми и инвесторами	24	13	9	3	6	+	+	
4	Отношение паблик рилейшнз с государством и местной общественностью	24	13	9	3	6	+	+	
5	Паблик рилейшнз: управление кризисом и возможностями	24	13	10	4	6	+	+	
6	Паблик рилейшнз в мультикультурной среде	24	13	10	4	6	+	+	
ВСЕГО ЧАСОВ		144	80	60	24	36			4

3.2. Учебно-тематический план по очно-заочной форме обучения

Объем аудиторных занятий составляет 48 ч.

Объем самостоятельной работы – 92 ч.

Очно-заочная форма обучения

№ п/ п	Модуль, раздел (тема)	Виды учебной работы, академических часов					Формы контроля освоения обучающимися учебной дисциплины		
		Всего	Самостоятельная работа обучающегося	Контактная работа преподавателя с обучающимися			Текущий контроль освоения обучающимися учебной дисциплины		Промежуточная аттестация обучающихся
				Всего	Лекционного типа	Практические занятия	Доклад/Реферат	Тестирование	
1	Паблик рилейшнз: значение, содержание, история становления	24	17	11	5	6	+	+	
2	Отношение паблик рилейшнз со средствами массовой информации	24	15	8	3	5	+	+	
3	Отношение паблик рилейшнз с потребителями, занятыми и инвесторами	24	15	7	3	4	+	+	
4	Отношение паблик рилейшнз с государством и местной общественностью	24	15	8	3	5	+	+	
5	Паблик рилейшнз: управление кризисом и возможностями	24	15	7	3	4	+	+	
6	Паблик рилейшнз в мультикультурной среде	24	15	7	3	4	+	+	
ВСЕГО ЧАСОВ		144	92	48	20	28			4

3.3. Учебно-тематический план по заочной форме обучения

Объем аудиторных занятий составляет 16 ч.

Объем самостоятельной работы – 124 ч.

Заочная форма обучения

№ п/ п	Модуль, раздел (тема)	Виды учебной работы, академических часов					Формы контроля освоения обучающимися учебной дисциплины		
		Всего	Самостоятельная работа обучающегося	Контактная работа преподавателя с обучающимися			Текущий контроль освоения обучающимися учебной дисциплины		Промежуточная аттестация обучающихся
				Всего	Лекционного типа	Практические занятия	Доклад/Реферат	Тестирование	
1	Паблик рилейшнз: значение, содержание, история становления	24	24	3	1	2	+	+	
2	Отношение паблик рилейшнз со средствами массовой информации	24	20	3	1	2	+	+	
3	Отношение паблик рилейшнз с потребителями, занятыми и инвесторами	24	20	2	1	1	+	+	
4	Отношение паблик рилейшнз с государством и местной общественностью	24	20	3	1	2	+	+	
5	Паблик рилейшнз: управление кризисом и возможностями	24	20	2	1	1	+	+	
6	Паблик рилейшнз в мультикультурной среде	24	20	2	1	1	+	+	
ВСЕГО ЧАСОВ		144	124	16	6	10			4

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Тема 1. Паблик рилейшнз: значение, содержание, история становления

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины

Паблик рилейшнз как функция менеджмента и маркетинга. История развития паблик рилейшнз. Определение, значение и содержание паблик рилейшнз. Связи с общественностью и общественное мнение. Субъект, цели, задачи, принципы, функции паблик рилейшнз. Основы коммуникации в паблик рилейшнз.

Вопросы для самоподготовки

1. Паблик рилейшнз как функция менеджмента и маркетинга.
2. Связи с общественностью и общественное мнение.

3. Субъект, цели, задачи, принципы, функции публичных отношений.
4. Основы коммуникации в публичных отношениях.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 2. Отношение публичных отношений со средствами массовой информации

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины

Массовые коммуникации и средства массовых коммуникаций. Информационные агентства. Пресса. Радио. Телевидение. Журналистика. Общие правила отношения с СМИ. Работа с прессой. Работа с радио и телевидением. Фильм и аудиовизуальные средства в публичных отношениях. Интернет в публичных отношениях.

Вопросы для самоподготовки

1. Массовые коммуникации и средства массовых коммуникаций.
2. Работа с прессой.
3. Работа с радио и телевидением.
4. Интернет в публичных отношениях.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 3. Отношение публичных отношений с потребителями, занятыми и инвесторами

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины

Цели отношений с потребителями. Продвижение товаров и услуг. Офис разбора претензий. Рост значимости отношений с занятыми. Принципы современных коммуникаций с занятыми. Средства внутриорганизационных коммуникаций.

Организация программы отношений с инвесторами. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ. Инструменты финансовых коммуникаций. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами.

Вопросы для самоподготовки

1. Цели отношений с потребителями.
2. Средства внутриорганизационных коммуникаций.
3. Организация программы отношений с инвесторами.
4. Инструменты финансовых коммуникаций.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 4. Отношение публичных отношений с государством и местной общественностью

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины

Лоббирование. Комитеты политического действия. Работа с местными органами государственного управления и местной общественностью.

Паблицити. Имидж. Организация специальных событий: прием, презентация, конференция, день открытых дверей, выставка, круглый стол.

Вопросы для самоподготовки

1. Лоббирование.

2. Работа с местными органами государственного управления и местной общественностью.

3. Паблсити.

4. Имидж.

5. Организация специальных событий.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 5. Паблик рилейшнз: управление кризисом и возможностями

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины

Подготовка к кризису и его начало. Проблемы управления кризисом. Коммуникации в ситуации кризиса. Успешное преодоление кризиса.

Вопросы для самоподготовки

1. Подготовка к кризису и его начало.

2. Проблемы управления кризисом.

3. Коммуникации в ситуации кризиса.

4. Успешное преодоление кризиса.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 6. Паблик рилейшнз в мультикультурной среде

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины

Факторы актуализации мультинациональных деловых коммуникаций. Уровни деловой культуры. Культурные различия: критерии, содержание и значение в паблик рилейшнз. Западная и восточная деловые культуры. Этика в связях с общественностью.

Вопросы для самоподготовки

1. Факторы актуализации мультинациональных деловых коммуникаций.

2. Уровни деловой культуры.

3. Культурные различия.

4. Западная и восточная деловые культуры.

5. Этика в связях с общественностью

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является зачет с оценкой (5 семестр), который проводится в **устной** форме.

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

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Компоненты компетенции, степень их	Индикаторы достижения профессиональных	Результаты обучения
-----------------	--	------------------------------------	--	---------------------

		освоения	компетенций	
ОПК-7.	Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	Компоненты компетенции соотносятся с содержанием дисциплины, и компетенция реализуется частично	ОПК-7.1. Знает основы современных внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций ОПК-7.2. Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации ОПК-7.3. Способен обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	Знать: основы современных внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций Уметь: осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации Владеть: навыками обеспечения взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенции	Инструмент, оценивающий сформированность компетенции*	Показатель оценивания компетенции
ОПК-7	Этап формирования знаниевой основы компетенций (этап формирования содержательно-теоретического базиса компетенции) Лекционные и практические занятия по темам: Тема 1. Паблик рилейшнз: значение, содержание, история становления Тема 2. Отношение паблик рилейшнз со средствами массовой информации Тема 3. Отношение паблик рилейшнз с потребителями, занятыми и инвесторами Тема 4. Отношение паблик рилейшнз с государством и местной общественностью	Доклад/реферат* Тестирование* Зачет с оценкой*	А) полностью сформирована - 5 баллов Б) частично сформирована - 3-4 балла С) не сформирована- 2 и менее баллов

	Тема 5. Паблик рилейшнз: управление кризисом и возможностями Тема 6. Паблик рилейшнз в мультикультурной среде		
--	---	--	--

***Характеристики инструментов (средств), оценивающих сформированность компетенций:**

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. В реферате должна быть раскрыта тема, структура должна соответствовать теме и быть отражена в оглавлении, размер работы – 10-15 стр. печатного текста (список литературы и приложения в объем не входят), снабженного сносками и списком использованной литературы. Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения. Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает цель и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования. В основной части (может состоять из 2-3 параграфов) подробно раскрывается содержание вопросов темы. В заключении должны быть кратко сформулированы полученные результаты исследования, приведены обобщающие выводы. Заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы. В список литературы обучающийся включает только те издания, которые он использовал при написании реферата (не менее 5-7). В тексте обязательны ссылки на использованную литературу, оформленные в соответствии с ГОСТом. В приложении к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Критерии оценки реферата: 1) Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота проанализированного материала по теме; умение работать с отечественными и зарубежными научными исследованиями, критической литературой, периодикой, систематизировать и структурировать материал; г) обоснованность способов и методов работы с материалом, адекватное и правомерное использование методов классификации, сравнения и др.; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). 2) Оригинальность текста: а) самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); б) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт. 3) Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.). 4) Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы. б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы. Доклад – это научное сообщение на практическом занятии, заседании научного кружка или учебно-теоретической конференции. **Критерии оценки доклада:** соответствие содержания заявленной теме; актуальность, новизна и значимость темы; аргументированность, полнота, структурированность и логичность изложения; свободное владение материалом: последовательность, умение вести дискуссию, правильно отвечать

на вопросы; самостоятельность, степень оригинальности предложенных решений, иллюстративности, обобщений и выводов; наличие собственного отношения автора к рассматриваемой проблеме/теме (насколько точно и аргументировано выражено отношение автора к теме доклада); представление материала: качество презентации, оформления; культура речи, ораторское мастерство (соблюдение норм литературного языка, правильное произношение слов и фраз, оптимальный темп речи; умение правильно расставлять акценты; умение говорить достаточно громко, четко и убедительно); использование профессиональной терминологии (оценка того, насколько полно отражены в выступлении обучающегося профессиональные термины и общекультурные понятия по теме, а также насколько уверенно выступающий ими владеет); выдержанность регламента.

Тестирование – это контрольное мероприятие по учебному материалу, состоящее в выполнении обучающимся системы стандартизированных заданий, которая позволяет автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Тестирование включает в себя следующие типы заданий: задание с единственным выбором ответа из предложенных вариантов, задание на определение верных и неверных суждений; задание с множественным выбором ответов. **Критерии оценки:** от 90% до 100% правильно выполненных заданий – отлично; от 70% до 89% правильно выполненных заданий – хорошо; от 50% до 69% правильно выполненных заданий – удовлетворительно; от 0 до 49 % правильно выполненных заданий – не удовлетворительно.

Зачет с оценкой – контрольное мероприятие, которое проводится по учебной дисциплине в виде, предусмотренном учебным планом, по окончании изучения курса. Занятие аудиторное, проводится в устной или письменной форме с использованием фондов оценочных средств по учебной дисциплине.

5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Текущая аттестация:

Темы докладов /рефератов

1. Возникновение, этапы и тенденции развития PR в мире
2. Возникновение, этапы и тенденции развития PR в России
3. Развитие PR-индустрии
4. Сферы применения PR
5. Первые PR-практики
6. Статус PR-службы в организации
7. История появления первых PR-фирм
8. Схема типовой PR-фирмы.
9. Паблик рилейшнз и общественное мнение.
10. Основы коммуникации в паблик рилейшнз.
11. Работа с прессой как значимое средство связи с общественностью.
12. Отношения с потребителями - важнейшее направление деятельности паблик рилейшнз.
13. Паблик рилейшнз и отношения с государством и местной общественностью.
14. Отношение паблик рилейшнз с инвесторами.
15. Организация специальных событий как комплексное направление деятельности паблик рилейшнз.
16. Международные и российские профессиональные организации PR
17. Профессиональные PR-издания, PR-конкурсы
18. Понятие общественного мнения и его основные разновидности.

19. Структура и функции общественного мнения.
20. Проблемы и методы изучения общественного мнения.
21. Формирование общественного мнения.
22. PR-кампания и ее составляющие.
23. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью.
24. Пресс-релиз. Правила написания и распространения.
25. Особенности основных форм подачи новостных материалов.
26. Особенности профессии «спин-доктор».
27. Способы создания и усиления новости.
28. Слухи, особенности их распространения и борьба с ними.
29. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.
30. Выставки и ярмарки при осуществлении связей с общественностью.
31. Презентации, их цели и особенности проведения.
32. Конференции, их виды и правила подготовки.
33. Конструирование персонального имиджа.
34. Сравнительный анализ имиджей известных политиков, бизнесменов, популярных людей и др.
35. Конструирование корпоративного имиджа.
36. Управление информацией во время кризиса.
37. Социальная ответственность бизнеса и PR
38. PR-технологии в избирательных кампаниях.

Тестирование по учебной дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»

Примерные задания

Инструкция: внимательно прочитайте задания, выберите один или несколько вариантов, отметьте в бланке ответов.

Вопрос 1. Стремление оказывать влияние на целевые общественные группы, чтобы внедрять в их сознание необходимые взгляды и убеждения выступает... причиной возникновения связей с общественностью в органах власти

- а) политической;
- б) экономической;
- в) идеологической;
- г) социальной.

Вопрос 2. Общей характеристикой ПР и рекламы выступает:

- а) жесткий контроль за содержанием;
- б) открытая оплата СМИ;
- в) воздействие на общественное мнение.

Вопрос 3. Носители опыта относятся к:

- а) информационной референтной группе;
- б) негативной эталонной группе;
- в) позитивной эталонной группе.

Вопрос 4. Имидж от репутации отличается тем, что:

- а) привлекает тех, кто нужен для успеха;
- б) больше поддается искусственному построению;

в) помогает добиваться поставленных целей.

Вопрос 5. Фактор формирования негативного имиджа:

- а) некрасивая внешность;
- б) жесткость характера;
- в) излишнее внимание к рабочим моментам;
- г) недостаток коммуникативных умений и навыков.

Вопрос 6. Возможность/невозможность воспользоваться принудительными рычагами воздействия относится к:

- а) различиям по целям;
- б) различиям по ресурсам;
- в) различиям по ответственности;
- г) различиям в окружении.

Вопрос 7. Государственные органы расценивают инициативные действия, совершаемые населением, как посягательство на государственные интересы в модели

- а) переходной;
- б) властвования и подчинения;
- в) управленческой.

Вопрос 8. Основная функциональная задача ПР-служб в органах власти:

- а) участие в демократизации государственного управления;
- б) создание положительного имиджа государства за рубежом;
- в) повышение уровня жизни населения.

Вопрос 9. Три главные функции системы PR - информировать, убеждать (воздействовать) и объединять людей выделил:

- а) А. Ли;
- б) Д. Скотт;
- в) Э. Бернейз.

Вопрос 10. Разработка информационной политики по конкретным направлениям государственной деятельности, ее стратегии и тактики, фиксирующих движение событий по данным в динамике относится к функции государственных структур по связям с общественностью:

- а) информационно-политической;
- б) информационно-коммуникативной;
- в) консультативно-методической;
- г) организационно-правовой.

Вопрос 11. Теоретическая работа по выработке положений рекомендательного характера для высшего руководящего звена – это:

- а) деятельность по связям с общественностью;
- б) воздействие на общественное мнение;
- в) формирование благоприятного имиджа.

Вопрос 12. «Любая недомолвка рано или поздно выходит на поверхность и тогда она воспринимается как ложь, что недопустимо» - это принцип:

- а) правды;
- б) полной информированности;
- в) компромисса.

Вопрос 13. Объектом деятельности государственных ПР-структур выступают:

- а) госслужащие;
- б) политические партии;
- в) общественность;
- г) политическая элита.

Вопрос 14. В определении СМИ как “четвертой власти” отражается их ведущая роль в:

- а) количестве информационных следств;
- б) широте охвата публики;
- в) формировании общественного мнения;
- г) структуре бизнеса.

Вопрос 15. Преимущество писем и почтовых рассылок заключается

- а) имиджевом оформлении;
- б) быстрых сроках доставки;
- в) сохранности «товарного вида»;
- г) бережном отношении получателя.

Вопрос 16. Эффективность ПР-компаний оценивается по:

- а) достижению конечной цели;
- б) популярности продвигаемого объекта;
- в) скорости устранения проблем.

Вопрос 17. Один из популярных приемов ПР-акции в СМИ:

- а) организованная «утечка информации»;
- б) хвалебные характеристики;
- в) реклама;
- г) аналитическая статья.

Вопрос 18. Официальное сообщение, выпускаемое для публикации в печати или распространения по каналам вещательных средств связи штаб-квартирами, пресс-бюро различных организаций – это:

- а) бэкграунд;
- б) официальное интервью;
- в) медиа-кит;
- г) пресс-релиз.

Вопрос 19. Оперативная пресс-конференция, продолжительностью до 30 мин. называется:

- а) презентация;
- б) бэкграунд;
- в) медиа-кит;
- г) брифинг.

Вопрос 20. «Цели выхода» сообщений – это:

- а) формирование установки;
- б) удержание сообщения в памяти;
- в) использование неконтролируемых СМИ.

Вопрос 21. Власть, которая базируется на индивидуальной притягательности ее носителя:

- а) политическая;
- б) харизматическая;
- в) информационная.

Вопрос 22. Правило эффективной коммуникации, гласящее, что повторения необходимы как для запоминания, так и для убеждения относится к:

- а) ясности;
- б) каналам;
- в) готовности аудитории;
- г) непрерывности и последовательности.

Вопрос 23. Ненамеренные искажения информации в СМИ происходят по причине:

- а) передачи «по цепочке»;
- б) замалчивания фактов;
- в) тенденциозные комментарии к фактам.

Вопрос 24. Концепция новостного производства, признающая право выбора смысла за аудиторией:

- а) смыслового типа;
- б) повествовательного типа;
- в) интерпретации.

Вопрос 25. Чем отличается государство от других социальных институтов:

- а) обеспечивает материальное благополучие граждан;
- б) обладает монополией на легитимное насилие;
- в) осуществляет идеологический контроль за всеми сферами жизнедеятельности людей.

Вопрос 26. Широкомасштабный и концентрированный удар, когда десятки тысяч людей одновременно, в течение нескольких дней, засыпают парламентариев письмами и факсами, сообщениями через Интернет, телефонными звонками на одну и ту же тему, сходного содержания и направлены на решение одной проблемы характерен для тактики:

- а) прямого лоббирования;
- б) непрямого лоббирования;
- в) лоббирования «у корней травы».

Вопрос 27. Впервые словосочетание «public relations» употребил:

- а) Т. Джефферсон;
- б) А. Ли;
- в) С. Блэк;
- г) А. Линкольн.

Вопрос 28. В перечень конкретных направлений деятельности ПР-служб в органах государственного и муниципального управления не входят:

- а) прогнозирование социально-политического процесса;
- б) анализ общественной реакции на действия должностных лиц и органов власти;
- в) информирование общественности о существе принимаемых решений;
- г) представительство интересов социальных групп в органах законодательной и исполнительной власти.

Вопрос 29. Совокупность взглядов индивидов на определенную проблему - это:

- а) мировоззрение;
- б) общественное мнение;
- в) точка зрения.

Вопрос 30. Любая группа людей, сплотившихся вокруг конкретных общих идей, - это:

- а) общественность;
- б) фокус-группа;
- в) партия;
- г) класс.

Вопрос 31. Информация базового характера, не являющаяся новостью или сенсацией, - это:

- а) пресс-релиз;
- б) бэкграундер;
- в) меморандум;
- г) медиа-кит.

Вопрос 32. Совокупность социальных образований (групп, коллективов, ассоциаций) объединенных экономическими, этническими, культурными, религиозными интересами:

- а) государство;
- б) партия;
- в) гражданское общество.

Вопрос 33. Интенсивность как характерный признак общественного мнения отражает:

- а) общую качественную оценку проблемы;
- б) силу общественного мнения;
- в) длительность времени;
- г) объем знаний об объекте мнения.

Вопрос 34. Коммуникация, обеспечивающая единство, сплоченность и консолидацию в обществе, называется:

- а) синхронической;
- б) диахронической;
- в) вертикальной;
- г) иерархической.

Вопрос 35. Деятельность государства как коммуникатора связана с двумя информационными потоками:

- а) прямым и косвенным;
- б) первичным и вторичным;
- в) внутренним и внешним;
- г) вертикальным и горизонтальным.

Вопрос 36. Формула RACE применяется при планировании ПР-действий:

- а) в избирательных кампаниях;
- б) в бизнесе;
- в) в органах государственной власти;
- г) в любых информационных кампаниях.

Вопрос 37. Американское представление об идеальном политконсультанте не включает одно из перечисленных качеств:

- а) деловая хватка менеджера;
- б) наличие высшего образования;
- в) жесткий, авторитарный стиль руководства;
- г) коммуникабельность.

Вопрос 38. В иерархии носителей информации наиболее бедными считаются:

- а) личные статистические средства;
- б) межличностные статистические средства;
- в) формы личного общения;
- г) интерактивные средства.

Вопрос 39. ПР как деятельность, направленная на удовлетворение конкретных потребностей с учетом интересов общественности, рассматривается в рамках подхода:

- а) альтруистического;
- б) компромиссного;
- в) прагматического;
- г) инструментального.

Вопрос 40. Регулятивный механизм ПР представляет собой:

- а) государственное регулирование и корпоративное регулирование;
- б) правовое регулирование (нормативные правовые акты);
- в) саморегулирование, включающее санкции за нарушение норм;
- г) правовое регулирование и саморегулирование.

Вопрос 41. Целью ПР не является:

- а) формирование ситуации успеха фирмы;
- б) управляемый имидж;
- в) решение нестандартных задач и устранение противоречий;
- г) сбыт товаров и услуг.

Вопрос 42. ПР-службы быстрее вызовут сопереживание и симпатию, если будут соблюдать совет мудрого Марка Твена: “не лгите - тогда не придется:

- а) оправдываться”;
- б) лгать дальше”;
- в) краснеть”;
- г) ничего запоминать”.

Вопрос 43. Деятельность ПР-служб в центральных и местных органах власти, по определению, призвана быть на службе:

- а) интересов отдельных чиновников;
- б) открытости власти и развития демократии;
- в) интересов политических партий;
- г) интересов политических лидеров.

Вопрос 44. Деятельность должностных лиц ПР-службы высоко ответственна, так как она:

- а) является профессиональной;
- б) воздействует на сознание людей;
- в) регулируется этическими и правовыми нормами;

г) связана с обменом информацией.

Вопрос 45. Ежемесячный план ПР-службы иначе называется:

- а) стратегическим;
- б) тактическим;
- в) оперативным;
- г) перспективным.

Вопрос 46. К внутренней информации можно отнести:

- а) методические разработки, технологии, программы ПР-деятельности;
- б) статьи и сообщения для Интернет;
- в) использование “канала слухов” в обществе;
- г) материалы СМИ.

Вопрос 47. К исходящей информации относятся:

- а) “канал молвы”;
- б) книги и брошюры по ПР-специальности;
- в) ответы на публикации, опровержения, заявления и интервью для газет;
- г) материалы разных информационных агентств.

Вопрос 48. Помощь нейтральной стороны, задача которой - облегчение взаимодействия внутри группы:

- а) медиация;
- б) модернизация;
- в) фасилитация.

Вопрос 49. Наблюдение, предостережение и прогноз ситуации на основе сбора информации органами прессы, радио, телевидения – это:

- а) факторинг;
- б) мониторинг;
- в) анализ;
- г) верификация.

Вопрос 50. Правила общения работников ПР-служб с коллегами, журналистами содержатся в обобщенном виде в:

- а) нормах традиционной этики;
- б) нормах индивидуальной морали;
- в) кодексах поведения ПР-служб;
- г) подзаконных правовых актах, утвержденных исполнительной властью

Перечень вопросов для промежуточной аттестации на зачете с оценкой (5 семестр):

1. Паблик рилейшнз как функция менеджмента.
2. Определение, значение и содержание паблик рилейшнз.
3. Объект, субъект и цели связей с общественностью.
4. Принципы связей с общественностью.
5. Общественность и общественное мнение.
6. Функции паблик рилейшнз.
7. История развития паблик рилейшнз.
8. Основы коммуникации.
9. Вербальные коммуникации в паблик рилейшнз.

10. Невербальные коммуникации в паблик рилейшнз.
11. Задачи паблик рилейшнз.
12. Массовые коммуникации и средства массовых коммуникаций.
13. Информационные агентства.
14. Пресса.
15. Материалы для прессы.
16. Пресс-конференции.
17. Радио.
18. Жанры информационной публицистики.
19. Жанры аналитической и художественной публицистики.
20. Телевидение.
21. Журналистика.
22. Как давать интервью.
23. Мониторинг СМИ.
24. Фильм и аудиовизуальные средства в паблик рилейшнз.
25. Интернет в паблик рилейшнз.
26. Цели отношений с потребителями.
27. Офис разбора претензий.
28. Продвижение товаров и услуг.
29. Рост значимости отношений с занятыми.
30. Принципы современных коммуникаций с занятыми.
31. Средства внутриорганизационных коммуникаций.
32. Лоббирование.
33. Комитеты политического действия.
34. Работа с местными органами государственного управления и местной общественностью.
35. Организация программы отношений с инвесторами.
36. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ.
37. Инструменты финансовых коммуникаций.
38. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами.
39. Паблисити.
40. Имидж.
41. Церемония открытия.
42. Организация приема.
43. Организация презентации.
44. Организация конференции.
45. Организация дня открытых дверей.
46. Цели экспозиционной деятельности фирмы.
47. Цели посетителей выставки.
48. Принятие решения об экспозиционировании.
49. Организация участия в выставке.
50. Количественная оценка экспозиционирования.
51. Причины неудачных экспозиций.
52. Организация круглого стола.
53. Подготовка к кризису и его начало.
54. Проблемы управления кризисом.
55. Коммуникации в ситуации кризиса.
56. Рекомендации по успешному преодолению кризиса.
57. Факторы актуализации мультинациональных деловых коммуникаций.
58. Уровни деловой культуры.
59. Культурные различия: критерии, содержание и значение в паблик рилейшнз.
60. Западная и восточная деловые культуры.

5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Ответы обучающегося **на зачете с оценкой** оцениваются каждым педагогическим работником по 5-балльной шкале.

Критерии оценки ответа на вопросы:

Зачтено «5» – обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок;

Зачтено «4» - обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий;

Зачтено «3» - обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий;

Не зачтено «2» - обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

6.1. Основная литература.

1. Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 163 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134>

6.2. Дополнительная литература

1. 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: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562359>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникативной сети «Интернет», современные профессиональные базы данных и информационные системы, необходимые для освоения учебной дисциплины

1. <http://mon.gov.ru> – сайт Минобрнауки РФ

2. <http://www.edu.ru/> – библиотека федерального портала «Российское образование» (содержит каталог ссылок на интернет-ресурсы, электронные библиотеки по различным вопросам образования)
3. <http://www.prlib.ru> – Президентская библиотека
4. <http://www.rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека
5. <http://elibrary.rsl.ru/> – сайт Российской государственной библиотеки (раздел «Электронная библиотека»)
6. <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека «Elibrary»
7. <http://biblioclub.ru> ЭБС Университетская библиотека онлайн
8. <http://lib.icone.ru> - Электронно-библиотечная система АНО ВО «Институт непрерывного образования»
9. <https://uisrussia.msu.ru> Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)

8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Института.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает несколько моментов:

- консультирование студентов преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности;

- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету

К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине.

При подготовке к зачету обратите внимание на практические задания на основе теоретического материала.

При подготовке к ответу на вопросы зачета по теоретической части учебной дисциплины выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

9. Программное обеспечение информационно- коммуникационных технологий

9.1. Информационные технологии

1. Персональные компьютеры.
2. Доступ в Интернет.
3. Проектор.
4. Система VOTUM

9.2. Программное обеспечение.

1. Windows 7
2. LibreOffice Writer,
3. LibreOffice Calc,
4. LibreOffice Impress

9.3. Информационно-справочные системы.

1. Университетская информационная система РОССИЯ – <http://www.cir.ru/>
2. Гарант.

10. Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы по учебной дисциплине

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

2. Помещения для самостоятельной работы студентов, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

11. Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины **«Связи с общественностью в органах власти»** применяются различные образовательные технологии.

Освоение учебной дисциплины **«Связи с общественностью в органах власти»** предусматривает использование в учебном процессе активных форм проведения учебных занятий в форме, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.