

Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса и информационных технологий»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



М.Г. Родионов

«31» августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Связи с общественностью в органах власти»

(протокол решения Ученого совета № 13 от 31.08.2022 г.)

Направление подготовки

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность

«Государственное и муниципальное управление»

Квалификация выпускника

«Магистр»

Форма обучения (год набора)

заочная (2022, 2023, 2024)

очно-заочная (2023, 2024)

Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью в органах власти».

Автор(ы):

Доцент, канд. ист. наук



Чибикова Т.В.

Рецензент(ы): Буренкова С.В., зав. кафедрой «Иностранные языки» ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет», д.филол. наук, профессор.

Рабочая программа рассмотрена руководителем ОПОП:



(подпись)

Симонова Н.Ю.

Рабочая программа одобрена Ученым советом института (протокол № 13 от 31 августа 2022 г.)

(с изменениями и дополнениями от 30.08.2023 г., протокол УС № 12)

Нормативно-правовую базу разработки рабочей программы дисциплины составляют:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13 августа 2020 г. № 1000).

- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования».

- Основная профессиональная образовательная программа высшего образования направления подготовки магистратуры 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (направленность «Государственное и муниципальное управление»), утвержденная ректором 11.01.2021.

- Положение о комплектах оценочных материалов основной профессиональной образовательной программы высшего образования в АНОО ВО «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий», утвержденное ректором 31.08.2020 г.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП МАГИСТРАТУРЫ

Цель дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» - формирование у студентов целостного представления о теоретических подходах и взглядах на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления, формировании комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки и практической реализации информационных проектов в публичной сфере, овладение методиками определения эффективности усилий, направленных на гармонизацию отношений организации со своей общественностью; развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений.

Задачи дисциплины:

- теоретическое освоение студентами коммуникационных процессов управления;
- изучение отечественного и зарубежного опыта проведения деловых встреч и переговоров;
- развитие практических навыков ведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телефонных разговоров;
- понимание роли невербальных коммуникаций в процессе делового общения;
- изучение особенностей ведения переговоров и делового общения с иностранными партнерами в целях улучшения управленческих процессов.

В результате освоения ОПОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-8 Способен организовывать внутренние межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	ОПК-8.1 Знает каналы внешних и внутренних коммуникаций государственной власти (собрания, сайт, внутренний портал, рассылки, мероприятия и т.д.)	Знать: Знать: 1. Методы взаимодействия органов государственной власти с общественностью 2. Каналы внешних и внутренних коммуникаций органов государственной власти (собрания, сайт, внутренний портал, рассылки, мероприятия и т.д.)
	ОПК-8.2 Умеет оценивать информационные потребности граждан, коммерческих организаций, институтов гражданского общества и средств массовой информации, выявлять наиболее популярные способы обратной связи	Уметь: 1. Оценивать информационные потребности граждан, организаций и учреждений, институтов гражданского общества и средств массовой информации; 2. Организовывать конструктивный диалог по актуальным проблемам общества

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП МАГИСТРАТУРЫ

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» входит в обязательную часть учебного плана блока «Дисциплины, модули» основной профессиональной образовательной программы (Б1.О.12).

Данная дисциплина предусмотрена учебным планом в 3 семестре.

При изучении данного курса студенты опираются на знания и умения, полученные в результате освоения следующих дисциплин:

"Информационно-коммуникационные технологии государственного и муниципального управления"

"Государственная гражданская и муниципальная служба"

"Ознакомительная практика"

Знания и умения, полученные в результате изучения данной дисциплины, используются в последующем для изучения:

"Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена"

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 з.е.,

Вид учебной работы	Заочная форма	Очно-заочная форма
	3 семестр	3 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	180	180
Контактная работа, в том числе в электронной информационно-образовательной среде (всего):	20	62
Лекционные занятия	6	24
Практические занятия	12	36
Консультации	2	2
Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том числе:	151	109
Форма промежуточной аттестации обучающегося - экзамен	9	9

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий (в часах)

3 семестр, заочная форма

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)						Самостоятельная работа, всего	Контроль	Код индикатора достижения компетенции
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.							
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации				
1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации	20	2	1		1		18		ОПК-8.1, ОПК-8.2	

2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти	21	3	1		2		18		ОПК-8.1, ОПК-8.2
3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти	20	2	1		1		18		ОПК-8.1, ОПК-8.3, ОПК-8.2
4. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	20	2	1		1		18		ОПК-8.1, ОПК-8.2
5. Диагностика политической ситуации	20	2	1		1		18		ОПК-8.1, ОПК-8.2
6. Процесс создания имиджа регионального политика	21	3	1		2		18		ОПК-8.1, ОПК-8.2
7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти	20	2			2		18		ОПК-8.2, ОПК-8.1
8. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением	29	4			2	2	25		ОПК-8.1, ОПК-8.2
ВСЕГО	180	20	6		12	2	151	9	

Формы текущего контроля – Посещение занятий, конспект лекций, активное участие в практических занятиях, деловых играх и т.д.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

3 семестр, очно-заочная форма

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)						Код индикатора достижения компетенции	
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.				Самостоятельная работа, всего		Контроль
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации			
1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации	20	7	3		4		13		ОПК-8.1, ОПК-8.2
2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти	21	7	3		4		14		ОПК-8.1, ОПК-8.2
3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти	20	7	3		4		13		ОПК-8.1, ОПК-8.3, ОПК-8.2
4. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	20	7	3		4		13		ОПК-8.1, ОПК-8.2

5. Диагностика политической ситуации	20	7	3		4		13		ОПК-8.1, ОПК-8.2
6. Процесс создания имиджа регионального политика	21	7	3		4		14		ОПК-8.1, ОПК-8.2
7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти	20	9	3		6		11		ОПК-8.2, ОПК-8.1
8. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением	29	11	3		6	2	18		ОПК-8.1, ОПК-8.2
ВСЕГО	180	62	24		36	2	109	9	

Формы текущего контроля – Посещение занятий, конспект лекций, активное участие в практических занятиях, деловых играх и т.д.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Тема 1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации

Лекционные занятия 1.

Система органов государственной власти в современной России. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях. Специфика медиарилейнз в сфере политики и государственного управления.

Внутрикорпоративный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении.

Практические занятия 2.

Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.

Тема 2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти

Лекционные занятия 1.

Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях. Информационный процесс как многоуровневая система. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях.

Практические занятия 2.

Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами. Основные информационные модели. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления. Власть – население: формы работы, обратная связь.

Тема 3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти

Лекционные занятия 1.

Понятие «имидж государственной власти». Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.

Практические занятия 2.

Алгоритм формирования имиджа государственной власти. Технологии формирования имиджа власти. Имиджевые стратегии. PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.

Тема 4. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR

Лекционные занятия 1.

Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта. Организация специальных мероприятий.

Практические занятия 2.

Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников. Разработка портрета «современного чиновника». Лоббизм и лоббирование.

Тема 5. Диагностика политической ситуации

Лекционные занятия 1.

Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально- политических конфликтов. Понятие «диагностика». Консультационные PR-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования. Специфика проведения диагностики политической ситуации. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности. Источники информации о политическом объекте.

Практические занятия 2.

Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти. Медиа- стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов. Опрос общественного мнения о принимаемых гос-ударственных решениях.

Тема 6. Процесс создания имиджа регионального политика

Лекционные занятия 1.

Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации. Основные принципы взаимодействия политических акторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами). Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.

Практические занятия 2.

Понятие «политическая партия». Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей. Виды общественно-политических организаций. Связи с общественностью в некоммерческом секторе. Организация и проведение фандрейзинговой кампании. Фандрейзинг и спонсоринг как технологии работы с общественностью в некоммерческих организациях.

Тема 7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти

Практические занятия 1.

Система органов государственной власти РФ. Место и роль информационно-аналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь.

Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров. Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания. Диагностика социально-политических процессов. Стратегическое планирование информационной деятельности. Методология и методика проведения мониторинга. Информационно-аналитическое обеспечение процесса государственного управления пресс-службами. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.

Тема 8. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением

Практические занятия 1.

Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-акции, «утечка информации», политическая и социальная реклама, заказные статьи. Формирование позитивного и/или негативного имиджа. Моделирование информационного контекста. Политический маркетинг. Основные понятия и категории политического маркетинга. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями. Формирование общественной повестки дня. Акцент на повседневных проблемах населения, форс-мажорные обстоятельства, социальные катаклизмы.

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

5.1. Виды и организация самостоятельной работы обучающихся

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся отражено в п.7 рабочей программы дисциплины «Связи с общественностью в органах власти».

5.3. Вопросы для самостоятельной работы обучающихся

1. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): специфика, значение и основные понятия, функции и роль в современном обществе.
2. История становления PR как области знаний и сферы деятельности.
3. Характеристика моделей связей с общественностью: модель властвования и подчинения, переходная модель, управленческая модель.
4. Цели коммерческого и государственного PR. Функции PR.
5. Государственные PR (GR) как объект изучения.
6. Характеристика коммуникационных проблем в работе менеджера по связям с общественностью (на основе коммуникационной цепочки Лассуэла Г.)
7. Лидеры мнений и их роль в коммуникационном процессе и в формировании общественного мнения. Теория двухшагового потока (двухступенчатая схема коммуникации) Лазарсфельда и Катца.
8. Виды коммуникационных каналов и их эволюция.
9. Коммуникационные барьеры (прагматические шумы): специфика, классификация и способы нейтрализации.
10. Вербальные коммуникации в PR: правила составления текстовых материалов.
11. Правила и этапы подготовки публичных выступлений.
12. Невербальные коммуникации в PR: их специфика и роль
13. PR-службы в крупных государственных структурах.
14. Работа отделов по связям с общественностью в местных органах власти: задачи, специфика и основные направления деятельности.
15. Работа GR-департаментов в крупных корпорациях.
16. Виды и формы агитационной работы.

17. Принципы и правила организации информационно-разъяснительной работы среди населения с использованием приемов и методов PR. Методы установления прямой и обратной связи с населением.

18. Государственные услуги населению: проблема качества и эффективности (по Федеральному закону «О предоставлении государственных и муниципальных услуг», 2010 г.).

19. Процесс управления СМИ и информацией: характеристика основных этапов.

20. Характеристика материалов PR для прессы: пресс-релиз, бэкграундер, медиа-кит, факт-лист.

21. Материалы PR для прессы: форма «вопрос-ответ», обзорная статья, авторская статья, занимательная статья, кейс-история.

22. Правила составления и оформления пресс-релиза.

23. Пресс-центр в органах власти: основные функции и специфика деятельности.

24. Организация и проведение аккредитации журналистов.

25. Организация и проведение пресс-конференций и брифингов.

26. Правила проведения круглых столов.

27. Мониторинг СМИ. Виды мониторинга СМИ. Медиа-карта.

28. Лоббирование: специфика деятельности и функции в современном обществе.

29. Виды лоббизма и их характеристика.

30. Набор действий и методы работы в сфере лоббирования.

31. Зарубежный опыт правового регулирования лоббизма

32. Отечественная практика правового регулирования лоббизма.

33. Формирование групп интересов.

34. Общие характеристики политического имиджа.

35. Требования к политическому имиджу: черты победителя, черты «отца», стереотипная многоплановость, открытость, эффективные коммуникации, окружение политика.

36. Технологии формирования политического имиджа: формирование имиджа с опорой на идеальный образ политического лидера и сценарный подход.

37. Формирование имиджа политической партии.

38. Электронное правительство: зарубежный опыт.

39. Требования к предоставлению государственных и муниципальных услуг в электронном виде.

40. Спин-доктор в политической сфере.

41. Политические коммуникации кандидата с населением.

42. Теории коммуникации, используемые специалистами по связям с общественностью: теория использования и удовлетворения, теория структурирования, теория когнитивного диссонанса, теория распространения и усвоения Роджерса, теория "спираль умолчания" Э. Ноэль-Нойман.

43. Общая характеристика имиджа органа государственной власти.

44. Коммуникативные стратегии и тактики формирования положительного имиджа ОГВ.

45. Общественное мнение: определение понятия, специфика, роль в современном обществе

Тема, раздел	Заочная форма	Очно-заочная форма	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля
1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации	18	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Тестирование, проверка заданий

2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти	18	14	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Тестирование, проверка заданий
3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти	18	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Тестирование, проверка заданий
4. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	18	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Тестирование, проверка заданий
5. Диагностика политической ситуации	18	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Тестирование, проверка заданий
6. Процесс создания имиджа регионального политика	18	14	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Тестирование, проверка заданий
7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти	18	11	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Тестирование, проверка заданий

8. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением	25	18	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса);	Тестирование, проверка заданий
ИТОГО	151	109		

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся отражено в п.7 рабочей программы дисциплины «Связи с общественностью в органах власти».

6. КОМПЛЕКТЫ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Освоение дисциплины направлено на формирование:
общепрофессиональных компетенций

ОПК-8 Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

Данные компетенции формируются в процессе изучения дисциплины на двух этапах:
этап 1 – текущий контроль;
этап 2 – промежуточная аттестация.

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

Оценка компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания и технологической картой дисциплины (Приложение 1), принятыми в Институте.

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего контроля

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	1. Посещение занятий: а) посещение лекционных и практических занятий, б) соблюдение дисциплины. 2. Работа на лекционных занятиях: а) ведение конспекта лекций, б) уровень освоения теоретического материала, в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору. 3. Работа на практических занятиях: а) уровень знания учебно-программного материала, б) умение выполнять задания, предусмотренные программой курса, в) практические навыки работы с освоенным материалом.	0-35

2	Письменное задание	<p>1. Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт.</p> <p>2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме письменного задания; б) соответствие содержания теме и плану письменного задания; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).</p> <p>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.).</p> <p>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 письменного задания.</p>	0-25
3	Практическое задание	<p>1. Анализ проблемы: а) умение верно, комплексно и в соответствии с действительностью выделить причины возникновения проблемы, описанной в практическом задании.</p> <p>2. Структурирование проблем: а) насколько четко, логично, последовательно были изложены проблемы, участники проблемы, последствия проблемы, риски для объекта.</p> <p>3. Предложение стратегических альтернатив: а) количество вариантов решения проблемы, б) умение связать теорию с практикой при решении проблем.</p> <p>4. Обоснование решения: а) насколько аргументирована позиция относительно предложенного решения практического задания; б) уровень владения профессиональной терминологией.</p>	0-50

		5. Логичность изложения материала: а) насколько соблюдены общепринятые нормы логики в предложенном решении, б) насколько предложенный план может быть реализован в текущих условиях.	
--	--	--	--

6.2.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена в виде выполнения тестирования и/или итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Оценка знаний студентов осуществляется в соответствии с Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в Институте, и технологической картой дисциплины

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Итоговая работа	Количество баллов за тест пропорционально количеству правильных ответов на тестовые задания. После прохождения теста суммируются результаты выполнения всех заданий для выставления общей оценки за тест.	0-25

6.3. 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

6.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы на этапе текущего контроля

Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)

При преподавании дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:

- проблемные лекции;
- лекция-беседа;
- лекции с разбором практических ситуаций.

Практические занятия по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.

Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:

- 1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;
- 2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения, круглый стол);
- 3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине.

На практических занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа.

Письменное задание

Формируемые компетенции ОПК-8

Цели и задачи реферата.

Целью работы является обобщение и систематизация теоретического материала в рамках исследуемой проблемы.

В процессе выполнения работы решаются следующие задачи:

1. Формирование информационной базы:

- анализ точек зрения зарубежных и отечественных специалистов в области дисциплины;
- конспектирование и реферирование первоисточников в качестве базы для сравнения, противопоставления, обобщения;
- анализ и обоснование степени изученности исследуемой проблемы;
- подготовка библиографического списка исследования.

2. Формулировка актуальности темы:

- отражение степени важности исследуемой проблемы в современной теории и практике;
- выявление соответствия задачам теории и практики, решаемым в настоящее время;
- определение места выбранной для исследования проблемы в дисциплине.

3. Формулировка цели и задач работы:

- изложение того, какой конечный результат предполагается получить при проведении теоретического исследования;
- четкая формулировка цели и разделение процесса ее достижения на этапы;
- выявление особенностей решения задач (задачи - это те действия, которые необходимо предпринять для достижения поставленной в работе цели).

В результате написания реферата обучающийся изучает и анализирует информационную базу с целью установления теоретических зависимостей, формулирует понятийный аппарат, определяет актуальность, цель и задачи работы.

Обязательными составляющими элементами реферата являются:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основное содержание, разделенное на разделы (параграфы, пункты, подпункты), расположенные и поименованные согласно плану; в них аргументировано и логично раскрывается избранная тема в соответствии с поставленной целью; обзор литературы; описание применяемых методов, инструментов, методик, процедур в рамках темы исследования; анализ примеров российского и зарубежного опыта, отражающих тему исследования и т.д.
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Приложение 2.

Практическое задание

Формируемые компетенции ОПК-8

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами кейса являются:

- титульный лист;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения

Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Приложение 3.

6.3.2. Типовые контрольные задания или иные материалы на этапе промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация направлена на формирование компетенций ОПК-8.

Итоговое тестирование представлено в Приложении 3.

Вопросы к итоговой аттестации.

1. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике (ОПК-8).
2. Инструменты в работе с общественностью в органах власти (ОПК-8).
3. Алгоритм формирования имиджа государственной власти (ОПК-8).
4. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы (ОПК-8).
5. Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания (ОПК-8).
6. Власть – население: формы работы, обратная связь (ОПК-8).
7. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях (ОПК-8).
8. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти (ОПК-8).
9. Пресс-служба, ее структура и функции в системе органов государственной власти (ОПК-8).
10. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях (ОПК-8).
11. Специфика медиарилейшнз в сфере политики и государственного управления (ОПК-8).
12. Внутрикorporативный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении (ОПК-8).
13. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления (ОПК-8).
14. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества (ОПК-8).
15. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире (ОПК-8).
16. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании (ОПК-8).
17. Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях (ОПК-8).
18. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления (ОПК-8).
19. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях (ОПК-8).
20. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами (ОПК-8).

21. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности (ОПК-8).
22. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан (ОПК-8).
23. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления
24. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной (ОПК-8).
25. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик (ОПК-8).
26. Технологии формирования имиджа власти (ОПК-8).
27. PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти (ОПК-8).
28. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти (ОПК-8).
29. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы (ОПК-8).
30. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст (ОПК-8).
31. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта (ОПК-8).
32. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников (ОПК-8).
33. Лоббизм и лоббирование (ОПК-8).
34. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов (ОПК-8).
35. Понятие «диагностика». Консультационные PR-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования (ОПК-8).
36. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности (ОПК-8).
37. Источники информации о политическом объекте (ОПК-8).
38. Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта (ОПК-8).
39. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления (ОПК-8).
40. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов (ОПК-8).
41. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы (ОПК-8).
42. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете (ОПК-8).
43. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь (ОПК-8).
44. Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров (ОПК-8).

Практико-ориентированные задания:

1. Основным назначением службы по связям с общественностью в органах власти является достижение: высокой общественной репутации; низкого уровня общественного сознания; высокого общественного порицания; высокого уровня общественного сознания (ОПК-8).

2. Государственный орган имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия с обществом — это: (ОПК-8).

3. Формирование общественного мнения по широкому спектру проблем, касающихся деятельности правительства и местных органов власти, развития экономики, изменения межгосударственных отношений, а также проведение соответствующих исследований и сбор статистических данных. Специалисты насчитывают сегодня свыше 500 определений данного понятия (ОПК-8).

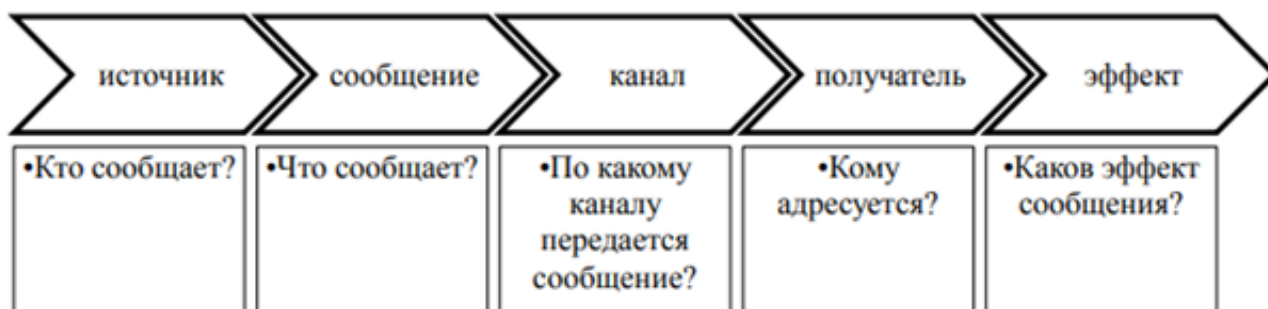
4. Бывают разные виды PR. На основе данных определите к какому виду относиться PR. Распространение ложной информации. Бренды могут использовать его, чтобы испортить репутацию конкурента. Часто данный вид PR используют в политике и в высококонкурентных нишах рынка (ОПК-8).

5. Бывают разные виды PR. На основе данных определите к какому виду относиться PR. Цель такого пиара — распространить положительную достоверную информацию о компании или эксперте, чтобы сформировать благоприятный имидж. Данный пиар универсален и подходит всем (ОПК-8).

6. Описана ситуация: Публикации в новостных и развлекательных СМИ о том, что водородная вода может быть полезна для восстановления после COVID-19. Были подобраны темы «Что такое водородная вода на самом деле», «Может ли вода очистить организм от вредных токсинов», «11 признаков того, что ваш организм обезвожен (и как это исправить)» и другие (ОПК-8).

7. Органами власти используются следующие основные технологии связей с общественностью, так как информирование через СМИ о принятых решениях властью, событиях, встречах первых лиц, и пр. Определите, как будет называться эта технология (ОПК-8).

8. Определите модель коммуникации органов власти с общественностью (ОПК-8):



9. Основные аспекты использования СМИ в политической акции как инструмента формирования общественного мнения (ОПК-8).

10. Конструирование средствами региональных СМИ имиджа политического руководителя и государственного служащего (ОПК-8).

11. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации (ОПК-8).

12. Основные принципы взаимодействия субъектов политики в регионе с представителями СМИ при проведении политических акций (ОПК-8).

13. Приемы и способы управления политической коммуникацией с целью формирования региональной идентичности (ОПК-8).

14. Интересный факт: советскому космонавту Юрию Гагарину на приеме у королевы Великобритании подали чай с лимоном. Выпив чай, он достал ложечкой лимон и съел его. Окружение было в шоке. Этот поступок никак не вписывался в протокол. Но королева невозмутимо достала свою лимонную дольку и тоже съела. Весь двор сделал то же самое. Инцидент стал прецедентом: теперь при королевском дворе можно съесть лимон, вынув его из чая! Задание: проанализируйте данный кейс с точки зрения применения имиджмейкинга. Определите, какой прием НЛП здесь был использован (ОПК-8).

15. Дайте определение проторекламы, найдите ее принципиальные отличия от современной рекламы, приведите конкретные исторические примеры из мировой практики и жизни нашей страны (ОПК-8).

16. В 2018 г. китайские власти запустили платформу Piyao (что в переводе означает «опровержение сплетен»), с помощью которой можно пожаловаться на «онлайн-слухи». Кроме того, она будет распространять новости, взятые из государственных СМИ. Определите, насколько эффективна такая мера борьбы со слухами (ОПК-8).

17. Проблемная ситуация: мусор на обочинах дорог. На несознательных водителей пытались воздействовать словом, что, к сожалению, не принесло желаемых результатов. Задание: Необходимо разработать рекламную и PR-кампанию (ОПК-8).

18. Проведите мониторинг социальной рекламы, заполните следующую таблицу: (ОПК-8).

Социальная реклама, социальная рекламная кампания	Тема социальной рекламы	Рекламодатель	Целевая аудитория	Рекламные носители
Итог:				

19. Проанализируйте используемые технологии позиционирования данных территорий (ОПК-8).



20. Обозначьте специфику рекламы и связей с общественностью в государственных и общественных структурах.

21. Ознакомьтесь с таблицей «Типы эффектов, поддающихся измерению». Типы эффектов, поддающихся измерению (ОПК-8):

№	Эффект	Описание	Индикатор	Способ измерения
1	Коммуникационные	Знание нашего сообщения (всех типов), распознавание, восприятие, лояльность и проч.	% от ЦА	Опрос ЦА
2	Медийные	В каких СМИ, каким объёмом, с какой частотой, какие охваты, рейтинги и т.д.	Рейтинги, охваты и т.д.	Post-campaign отчёт по данным TNS Media Russia

3	Статистические	Как изменилась статистика того процесса, ради которого мы организовали социальную рекламу	Сколько жизней спасено, сколько денег в фонд такой-то собрано, сколько литров крови сдано и т.д.	Исходная статистика той отрасли, для которой вы делаете «социалку»
4	Профессиональные	Оценка работы со стороны коллег-профессионалов	Награды на конкурсах и фестивалях	Количество призов и наград

В соответствии с предложенным подходом оцените эффективность какой-либо социальной рекламной кампании вашего региона.

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

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: – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134>

2. Украинцев, В. Б. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / В. Б. Украинцев, И. Ю. Лепетикова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2023. – 318 с. : ил. – Режим доступа: – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711263>

Дополнительная литература:

1. Кургаева, Ж. Ю. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / Ж. Ю. Кургаева ; Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2022. – 112 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701993>

2. Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью: учебное пособие : [16+] / О. В. Литвиненко. – Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. – 112 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694771>

3. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие : [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. – 144 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=607568>

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационные ресурсы образовательной организации:

1. <http://www.duma.gov.ru> - Сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ.
2. <http://президент.рф> - Сайт Президента Российской Федерации.
3. <http://www.supcourt.ru> - Сайт Верховного Суда РФ.

4. <http://www.ksrf.ru> - Сайт Конституционного Суда Российской Федерации.
5. <http://www.gov.ru> - Федеральные органы власти.
6. <http://do.sano.ru> - система дистанционного обучения Moodle (СДО Moodle).
7. <http://www.sibit.sano.ru/> - официальный сайт образовательной организации.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» следует:

1. Ознакомиться с рабочей программой дисциплины. Рабочая программа содержит перечень разделов и тем, которые необходимо изучить, планы лекционных и семинарских занятий, вопросы к текущей и промежуточной аттестации, перечень основной, дополнительной литературы и ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интер-нет» и т.д.

2. Ознакомиться с календарно-тематическим планом самостоятельной работы обучающихся.

3. Посещать теоретические (лекционные) и практические (семинарские) занятия, лабораторные работы.

4. При подготовке к практическим (семинарским) занятиям, а также при выполнении самостоятельной работы следует использовать методические указания для обучающихся.

Учебный план курса «Связи с общественностью в органах власти» предполагает в основе изучения дисциплины использовать лекционный материал и основные источники литературы, а в дополнение – практические занятия.

Кроме традиционных лекций и практических занятий (перечень и объем которых указаны) целесообразно в процессе обучения использовать и активные формы обучения.

Примерный перечень активных форм обучения:

- 1) беседы и дискуссии;
- 2) кейсы и практические ситуации;
- 3) индивидуальные творческие задания;
- 4) творческие задания в группах;
- 5) практические работы.

На лекциях студенты должны получить систематизированный материал по теме занятия: основные понятия и положения, классификации изучаемых явлений и процессов, алгоритмы и методики организации дисциплины и т.д.

Практические занятия предполагают более детальную проработку темы по каждой изучаемой проблеме, анализ теоретических и практических аспектов дисциплины. Для этого разработаны подробные вопросы, обсуждаемые на семинарских занятиях, практические задания, темы рефератов и тесты. При подготовке к семинарским занятиям следует акцентировать внимание на значительную часть самостоятельной практической работы студентов.

Для более успешного изучения курса преподавателю следует постоянно отсылать студентов к учебникам, периодической печати. Освоение всех разделов курса предполагает приобретение студентами навыков самостоятельного анализа инструментов и механизмов дисциплины, умение работать с научной литературой.

Основная учебная литература, представленная учебниками и учебными пособиями, охватывает все разделы программы по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти». Она изучается студентами в процессе подготовки к практическим занятиям, экзамену. Дополнительная учебная литература рекомендуется для самостоятельной работы по подготовке к семинарским и практическим занятиям, при написании рефератов.

При изучении курса наряду с овладением студентами теоретическими положениями курса уделяется внимание приобретению практических навыков с тем, чтобы они смогли успешно применять их в своей профессиональной деятельности.

10. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

При подготовке и проведении учебных занятий по дисциплине студентами и преподавателями используются следующие современные профессиональные базы данных и

информационно-справочные системы:

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (договор № 109-08/2021 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям базовой коллекции ЭБС «Университетская библиотека онлайн» от 01 сентября 2021 г. (<http://www.biblioclub.ru>).

2. Интегрированная библиотечно-информационная система ИРБИС64 (договор № С 2-08-20 о поставке научно-технической продукции – Системы Автоматизации Библиотек ИРБИС64 – от 19 августа 2020 г., в состав которой входит База данных электронного каталога библиотеки СИБИТ Web-ИРБИС 64 (<http://lib.sano.ru>).

3. справочно-правовая система КонсультантПлюс (дополнительное соглашение №1 к договору № 11/01-09 от 01.09.2009).

4. Электронная справочная система ГИС Омск.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения:

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения
Мультимедийная учебная аудитория № 102 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации	Учебная мебель (17 столов, 42 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 2шт.). Программное обеспечение: Microsoft Windows 8.1 (32) Professional Russian. ID продукта 00261-80356-95595-AA367 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Skype, версия 8.65 (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.

<p>Мультимедийная учебная аудитория № 210 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (36 столов, 74 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиоколонки - 5шт.) Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903(коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель) Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 211 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (27 столов, 54 стула, маркерная доска, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиоколонки - 5шт.) Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Учебная аудитория № 301 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации.</p>

<p>Учебная аудитория № 302 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации.</p>
<p>Учебная аудитория № 303 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 304 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (22 стола, 44 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 домашняя для одного языка, ID продукта: 00327-30584-64564- ААОЕМ; (коммерческая лицензия, иностранный производитель) Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01 -09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

<p>Лаборатория управленческих дисциплин № 309 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий и лабораторных работ), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (21 стол, 42 стула, доска маркерная, трибуна, стеллаж, стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows 8 Professional Russian, Number License: 61555010 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader(свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель); 2GIS (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель).</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 312 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (50 столов, 100 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя); Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель) Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

<p>Мультимедийная учебная аудитория № 422 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (18 столов, 36 стульев, доска маркерная, трибуна, шкаф, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (интерактивная доска, компьютер с выходом в интернет, 2 аудиокolonки). Программное обеспечение: Microsoft Windows 8 Professional Russian, Number License: 61555010 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01 -09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопролонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Аудитория № 420 помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования - компьютерного оборудования и хранения элементов мультимедийных лабораторий</p>	<p>Мебель (4 стола, 4 стула, стеллажи), 4 персональных компьютера для системного администратора, ведущего специалиста информационного отдела, инженера-электронщика, 10 серверов. Паяльная станция, стеллаж, 15 планшетных компьютеров, наушники для лингафонного кабинета, запасные части для компьютерного оборудования.</p>
<p>Аудитория № 003 помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p>	<p>Станок для сверления, угловая шлифовальная машина, наборы слесарных инструментов для обслуживания учебного оборудования, запасные части для столов и стульев. Стеллаж, материалы для сопровождения учебного процесса.</p>

<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов № 305 помещение для самостоятельной работы обучающихся, исследовательской работы обучающихся, проектирования курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (10 столов одноместных, 3 круглых стола, 27 стульев, доска маркерная, доска информационная, трибуна, стеллаж - 2 шт., стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института, колонки - 2 шт.). Ноутбук DELL - 8 шт. Ноутбук HP - 2 шт. Персональный компьютер - 1 шт. СПС «Консультант Плюс». Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 Pro Russian, Number License: 69201334 OPEN 99384269ZZE1912 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office 2016 standart Win64 Russian, Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security – Russian Edition, лицензия №1356-181109- 064939-827-947; (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware. (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов № 413. библиотека (читальный зал), помещение для самостоятельной работы обучающихся, исследовательской работы обучающихся, проектирования курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (9 столов, 23 стула, мягкая зона). Персональные компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института - 6 шт. Программное обеспечение: Microsoft Windows 8.1 Pro Russian, Number License: 63726920 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Windows 10 Pro Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2019 Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель); 2GIS (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие комплекты лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Наименование	Основание	Описание
2GIS	Freeware	Электронная справочная система ГИС Омск
Consultant Plus	Доп.соглашение №1 к договору № 11/01-09 от 21.08.2009	ЭСС Консультант+
EViews 9 Student Version Lite	Freeware	ПО Эконометрика. Статистический пакет
Microsoft Office Standard 2016	Open License 66020759	Пакет электронных редакторов
1С 8.2	Акт приема-передачи 13/00000000901 от 27.02.2013 г.	Пакет конфигураций 1С для учебных учреждений:

12. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены вузом или могут использоваться собственные технические средства. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий текущего контроля. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Технологическая карта дисциплины

Наименование дисциплины	Связи с общественностью в органах власти
Количество зачетных единиц	5
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

№	Виды учебной деятельности студентов	Форма отчетности	Баллы (максимум)
Текущий контроль			
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)		
2	Выполнение письменного задания (реферат)	Письменная работа	
3	Выполнение практического задания (кейс)	Письменная работа	
Промежуточная аттестация			
4	Выполнение итоговой работы	Итоговая работа, тест	
Итого по дисциплине:			100

« ____ » _____ 20__ г.

Преподаватель _____ / _____
 (уч. степень, уч. звание, должность, ФИО преподавателя) Подпись

Письменная работа – реферат (Формируемые компетенции ОПК-8)

Цели и задачи реферата.

Целью работы является обобщение и систематизация теоретического материала в рамках исследуемой проблемы.

В процессе выполнения работы решаются следующие *задачи*:

1. Формирование информационной базы:
 - анализ точек зрения зарубежных и отечественных специалистов в области дисциплины;
 - конспектирование и реферирование первоисточников в качестве базы для сравнения, противопоставления, обобщения;
 - анализ и обоснование степени изученности исследуемой проблемы;
 - подготовка библиографического списка исследования.
2. Формулировка актуальности темы:
 - отражение степени важности исследуемой проблемы в современной теории и практике;
 - выявление соответствия задачам теории и практики, решаемым в настоящее время;
 - определение места выбранной для исследования проблемы в дисциплине.
3. Формулировка цели и задач работы:
 - изложение того, какой конечный результат предполагается получить при проведении теоретического исследования;
 - четкая формулировка цели и разделение процесса ее достижения на этапы;
 - выявление особенностей решения задач (*задачи* - это те действия, которые необходимо предпринять для достижения поставленной в работе цели).

В результате написания *реферата* обучающийся изучает и анализирует информационную базу с целью установления теоретических зависимостей, формулирует понятийный аппарат, определяет актуальность, цель и задачи работы.

Обязательными составляющими элементами *реферата* являются:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основное содержание, разделенное на разделы (параграфы, пункты, подпункты), расположенные и поименованные согласно плану; в них аргументировано и логично раскрывается избранная тема в соответствии с поставленной целью; обзор литературы; описание применяемых методов, инструментов, методик, процедур в рамках темы исследования; анализ примеров российского и зарубежного опыта, отражающих тему исследования и т.д.
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице:

Первая буква фамилии студента	№ темы реферата
А	1
Б	2
В	3
Г	4
Д	5
Е, Ё	6
Ж, З	7
И, К	8
Л	9
М	10
Н	11
О	12
П	13
Р	14
С	15
Т	16
У, Ф	17
Х, Ц, Ч	18
Ш, Щ	19
Э, Ю, Я	20

Примерная тематика рефератов:
(Формируемые компетенции ОПК-8)

1. Personal public relations в бизнес-коммуникациях.
2. Аргументация как аспект ведения переговоров.
3. Бизнес-коммуникации и публичная политика.
4. Власть и бизнес-сообщество.
5. Лоббирование в системе бизнес-коммуникаций.
6. Методология и практические аспекты ведения переговоров.
7. Организация связей с бизнес-сообществом на муниципальном уровне.
8. Особенности персональных навыков GR-менеджера.
9. Планирование GR-деятельности.
10. Политическая конфликтология и бизнес-коммуникации.
11. Презентация как средство бизнес-коммуникаций.
12. Речевой контакт как вербальный инструмент.
13. Речевые стратегии в бизнес-коммуникациях.
14. Речевые тактики в деловом общении.
15. Скрытое управление человеком как метод переговоров.
16. Социальное партнерство как эффективная форма взаимодействия государства и бизнеса.
17. Средства прямого и косвенного делового общения.
18. Стратегии эмоционально-психологического воздействия.
19. Теории коммуникации.
20. Эмоционально-психологическая составляющая бизнес-коммуникации.

Практическое задание (кейс)
(Формируемые компетенции ОПК-8)

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами *кейса* являются:

- титульный лист;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения

Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Кейс «Борьба за власть в городе N»
(Формируемые компетенции ОПК-8)

Описание участников:

1. АО металлургический комбинат (ТМК), чьим владельцем является Евразхолдинг (Москва)

2. Валентина Исаева – мэр города N\$

3. АО НПК «Уралвагонзавод» (УВЗ)

4. Фонд «Чистый город»

Временные рамки: 2013 год.

Территория: город N

Цели участников:

1) Евразхолдинг заинтересован в том, чтобы управление городом (мэр и Городская Дума) находилось под его контролем;

2) Целью Валентины Исаевой является сохранить стабильной социально-экономическую ситуацию в городе, что является одним из путей удержаться на посту мэра;

3) Основная задача фонда «Чистый город» изменить ситуацию в управлении городом, в частности провести своих представителей в органы законодательной и исполнительной власти N

На сегодняшний день население г. N составляет порядка 350 тыс. человек, которые проживают в трех районах: Ленинский, Тагилстроевский и Дзержинский. Город имеет два градообразующих предприятия – ТМК и УВЗ (Уралвагонзавод). Несмотря на то, что

оба предприятия являются градообразующими, УВЗ никогда серьезно не вмешивался в политику города, основной сферой его влияния традиционно являлся Дзержинский район, где проживает около 130 тысяч человек. ТМК же в основном поддерживал Ленинский и Тагилстроевский районы.

В течение 19 лет пост мэра города занимал Николай Наумович Диденко, бывший член партии «Единая Россия», который пользовался активной поддержкой Э.Э.Россея. За период своего руководства, ему удавалось поддерживать паритет между заводами, находить общий язык с региональными органами власти, что в целом благоприятно сказывалось на развитии города.

Три года назад, Н. Н. Диденко отказался от участия в предвыборной гонке, в результате чего мэром города стала Валентина Исаева, представитель ТМК, которой удалось обойти всех кандидатов, в т.ч. и из Единой России.

С приходом Валентины Исаевой практически все основные должности в аппарате городской администрации были отданы представителям ТМК, находящегося под полным контролем Евразхолдинга. Благодаря такой расстановке сил, равновесие между влиянием градообразующих предприятий еще сильнее сместилось в пользу ТМК. Помимо этого, уменьшение поступлений налогов в городской бюджет, отсутствие конструктивной работы нового мэра с руководством области привело к ухудшению социально-экономической ситуации в городе и, как следствие, повышению уровня социальной напряженности населения.

Примерно полгода назад в Нижнем Тагиле появилась организация фонд «Чистый город», которая финансируется УВЗ. Политика, проводимая фондом, нацелена на изменение ситуации управления в городе.

Вопросы к кейсу:

- 1. Выберите одну из сторон и охарактеризуйте ее сильные и слабые стороны.*
- 2. Разработайте стратегию действия выбранной стороны для достижения своих целей.*
- 3. Охарактеризуйте возможные действия оппонентов.*
- 4. Опишите Вашу реакцию на действия оппонентов.*

Тестовые задания по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»
(Формируемые компетенции ОПК-8)

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответа
1	Кто еще в древности определил каноны делового общения:	А. Демосфен В. Сократ С. Аристотель D. Цезарь
2	Какой стиль делового общения чаще всего используется в рыночном взаимодействии:	А. Авторитарный В. Формальный С. Проблемно-целевой D. Демократический
3	Функция общественного мнения характеризующая тем, что общественность выносит решение по тем или иным проблемам социальной жизни:	А. Оценочная В. Директивная С. Консультативная D. Информационная
4	Общественность - это:	А. Сотрудники предприятия, объединенные служебными отношениями, подчиняющиеся служебной дисциплине В. Группа людей, сложившаяся под влиянием определенных обстоятельств, осознающих проблемность ситуации и реагирующая на нее одинаковым образом С. Многочисленная группа потребителей, СМИ, участники политических партий и движений D. Любые группы, которые проявляют реальный интерес к организации или оказывают влияние на ее способность достигать поставленных целей
5	На какой стадии конфликта участники начинают формировать негативный имидж друг друга:	А. Напряжение В. Кризис С. Непонимание D. Дискомфорт
6	Беседа в форме вопросов и ответов между государственным служащим и журналистом:	А. Анкетирование В. Интервью С. Репортаж D. Опрос
7	О планируемой пресс-конференции заинтересованных лиц необходимо предупредить:	А. За 3 дня В. За 5 дней С. За 7 дней D. За 14 дней
8	Что означает слово брифинг:	А. Рекомендация В. Извещение С. Оповещение D. Инструктаж
9	Главное требование к пресс-	А. Наличие заголовка

	релизу:	В. Наличие общественно значимого факта С. Наличие аналитики D. Наличие коммерческой информации
10	К какому виду относится репортаж, транслируемый в эфир в момент совершения каких-либо действий :	А. Фиксированный В. Прямой С. Синхронный D. Событийный
11	Какая из функций телевидения побуждает группы общественности к определенным социальным действиям	А. Инновационная В. Информационная С. Развлекательная D. Мобилизационная
12	В системе взаимодействия общества и власти лежит принцип	А. Открытости В. Коллективной ответственности С. Взаимоуважения D. Круговой поруки
13	Решение о выборах Депутатов Государственной Думы нового созыва должно быть принято не позднее:	А. 50 дней В. 60 дней С. 80 дней D. 90 дней
14	С какой страной связана история лоббирования	А. Германия В. Россия С. Англия D. США
15	Кто такой спичрайтер:	А. журналист В. депутат С. речеписец D. оратор
16	В соответствии с Конституцией РФ в Государственную Думу избирается:	А. 400 депутатов В. 445 депутатов С. 450 депутатов D. 500 депутатов
17	Чем как правило занят спиндоктор:	А. Созданием благоприятного имиджа В. Исправлением освещения события С. Написанием политических речей D. Публичными выступлениями
18	Какого типа использования «спина» не существует:	А. До-спин В. После-спин С. Торнадо-спин D. Контроль-спин
19	Байклайнер – это:	А. Информационная база данных В. Историческая справка С. Биография D. Словарь
20	Кейс-история - это:	А. Факт-лист В. Сообщение опыта фигуранта по решению какой-либо проблемы С. Авторская статья для печати в прессе D. Биографическая справка
21	Главное отличие PR от рекламы:	А. PR ориентирован на продвижение на рынке В. PR ориентирован на продвижение в обществе С. PR ориентирован на продвижение товара D. PR ориентирован на продвижение идеи

22	Какой принцип не играет роли при классификации рекламных кампаний:	А. Географический В. Использования типов СМИ С. Выбору целевой аудитории D. Демографический
23	Выберите правильные виды рекламных кампаний по целевому принципу:	А. федеральные В. монотематические С. массовые D. информационные
24	С какого возраста гражданин России имеет право на голос:	А. 14 лет В. 16 лет С. 18 лет D. 21 год
25	Автор выражения «самой эффективной является такая власть, которая получает одобрение свободного человека»	А. Сэм Блэк В. Аристотель С. Эдгар Аллен D. Джордж Вашингтон
26	PR-это использование информации для влияния на:	А. Общественное мнение В. Государственные органы власти С. Средства массовой информации D. Покупателей
27	Директ-мэйл - это:	А. веб-сайт директора компании В. прямая рассылка писем по предварительно выбранным адресам С. электронное письмо другу D. электронный адрес
28	Подготовка граждан к жизни и работе в информационном обществе является одной из задач:	А. PR служб В. государственной информационной политики С. СМИ D. маркетинговых исследований
29	Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ называется:	А. черный PR В. клевета (диффамация) С. голубой PR D. красный PR
30	Демографический подход в определении целевых групп выделяет группы по следующим признакам:	А. по психологическим характеристикам В. по полу, возрасту и т.п. С. по территориальным границам D. по образу жизни
31	Формирование общенациональной политики, продвижение национальных программ:	А. PR-партии В. GR «Government Relations» С. само –PR D. государственный PR
32	Органы местного самоуправления (муниципальные) в систему органов государственной власти:	А. не входят В. входят С. частично входят D. частично не входят
33	В основе событийного PR лежит:	А. новость В. забытое событие С. черный PR D. сенсация
34	Гражданское общество по отношению к государственным структурам существует:	А. вне рамок государственных структур В. полностью подчинено С. в рамках государственных структур

		D. в реверсивных отношениях
35	Для участия граждан в принятии государственных решений создан федеральный интернет-портал:	A. Пенсионных накоплений B. бесплатных игр C. Российская общественная инициатива D. Государственных услуг
36	Постояннодействующим координирующим органом Открытого правительства является:	A. Генеральный прокурор B. Объединенный разведывательный комитет C. Правительственная комиссия D. Экспертный центр
37	Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия — это:	A. служба доставки B. служба связей с общественностью C. сервисная служба D. служба занятости
38	Проведением экспертизы социально-значимых решений органов власти в системе «Открытое правительство» занимается:	A. органы местного самоуправления B. Экспертный совет C. органы государственной власти РФ D. Министр Российской Федерации
39	Информационный повод пресс-конференции должен быть интересным и привлекательным прежде всего для:	A. сотрудников PR служб B. журналистов C. органов власти D. специалистов
40	Особенностью кабинетных исследований является то, что:	A. они проводятся в непосредственном контакте с аудиторией B. они проводятся поверхностно C. они проводятся без контакта с целевой аудиторией D. они позволяют получить лишь качественные показатели
41	Исследованием ...	A. начинается PR кампания B. начинается и заканчивается PR кампания C. заканчивается PR кампания D. завершается этап планирования
42	Что из перечисленного ниже входит в задачи PR исследований:	A. анализ изменения общественного мнения по итогам PR деятельности B. прогноз развития событий C. исследование зависимости числа клиентов от тарифной политики организации D. оценка результатов PR кампании
43	Что не является задачей государственного PR:	A. Обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти B. Информирование общественности по вопросам законодательства C. Информирование о ценах на товары и услуги в регионе D. Просвещение общественности по вопросам, входящим в сферу ответственности органов власти
44	Одной из задач государственного PR является:	A. обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и

		<p>достижениях органов власти</p> <p>В. обеспечение населения регулярной информацией о чрезвычайных происшествиях на дорогах</p> <p>С. обеспечение населения регулярной информацией о жизни соотечественников в дальнем зарубежье</p> <p>Д. обеспечение населения регулярной информацией о жизни политиков и их членов семей</p>
45	Что из перечисленного ниже входит в понятие корпоративного имиджа:	<p>А. имидж государственного лидера</p> <p>В. имидж государственной политики</p> <p>С. имидж государственной организации</p> <p>Д. имидж государственного флага</p>
46	Устойчивый образ организации в представлении групп общественности - это:	<p>А. определение рекламы</p> <p>В. определение имиджа</p> <p>С. определение PR</p> <p>Д. определение товара</p>
47	Какую роль играет социальная реклама?	<p>А. реклама помогает старикам и инвалидам обрести уверенность в будущем</p> <p>В. реклама информирует общественность о событиях в экономике и политике</p> <p>С. реклама информирует общество о новинках товарного рынка и его тенденциях</p> <p>Д. реклама направлена социальные цели</p>
48	Отличаются ли реклама и связи с общественностью по используемым средствам массовой информации:	<p>А. да, отличаются</p> <p>В. нет, не отличаются</p> <p>С. иногда цели совпадают</p> <p>Д. иногда цели не совпадают</p>
49	Укажите правильную последовательность этапов PR кампании:	<p>А. планирование PR кампании - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании</p> <p>В. планирование PR кампании - анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании</p> <p>С. определение PR проблемы - планирование PR кампании - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании</p> <p>Д. анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - планирование PR кампании - проведение PR кампании</p>
50	При проведении PR кампании персонал компании и члены их семей являются:	<p>А. внешней целевой аудиторией</p> <p>В. внутренней целевой аудиторией</p> <p>С. ключевой аудиторией</p> <p>Д. корпоративной аудиторией</p>

Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине
«Связи с общественностью в органах государственной власти»
(Формируемые компетенции ОПК-8)

1. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.
2. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.
3. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях.
4. Специфика медиарелейшнз в сфере политики и государственного управления.
5. Внутрикorporативный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении.
6. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления.
7. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
8. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире.
9. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
10. Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях.
11. Информационный процесс как многоуровневая система.
12. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
13. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях.
14. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами.
15. Основные информационные модели.
16. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности.
17. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
18. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.
19. Власть – население: формы работы, обратная связь.
20. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
21. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.
22. Алгоритм формирования имиджа государственной власти.
23. Технологии формирования имиджа власти.
24. Имиджевые стратегии.
25. PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти.
26. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.

27. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.
28. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы.
29. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст.
30. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
31. Организация специальных мероприятий.
32. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников.
33. Лоббизм и лоббирование.
34. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов.
35. Понятие «диагностика». Консультационные PR-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования.
36. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности.
37. Источники информации о политическом объекте.
38. Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта.
39. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления.
40. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
41. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов.
42. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.
43. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.
44. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических кампаниях.
45. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.
46. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.
47. Основные принципы взаимодействия политических акторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами).
48. Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.
49. Понятие «политическая партия». Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий.
50. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря.
51. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя.
52. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации.
53. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей.
54. Виды общественно-политических организаций.
55. Система органов государственной власти РФ. Место и роль информационно-аналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений.

56. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь.
57. Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров.
58. Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания.
59. Диагностика социально-политических процессов.
60. Стратегическое планирование информационной деятельности.

Задание 1.

(Формируемые компетенции ОПК-8)

Сложная задача стояла перед агентством, которое занималось продвижением Всероссийского фестиваля особых театров “Протеатр” (“особыми” фестиваль называет театры, где играют актеры-инвалиды). Агентству необходимо было изменить представления зрителей о творчестве людей с ограниченными возможностями и спозиционировать проект “Протеатра” – Интегрированные творческие мастерские “От творческих успехов – к самостоятельной жизни” не как очередную благотворительную акцию или попытку получить сочувствие, а как отдельный культурный феномен.

Тай появилась идея абсолютно ново в современном культурном контексте, то и афиши спектаклей также должны быть не похожи на все, что создавалось ранее. Креативщики агентства собрали вещи из домашнего обихода, которые использовались как афиши: чемодан, шляпа, галстук, фартук, футболка, надувная игрушка, гитара, грелка и т.д. И вместе с актерами “Протеатра” написали на каждой из них: “Вы никогда не видели такой афиши. Вы никогда не видели таких актеров”. На каждую “афишу” был наклеен стикер с дополнительной информацией. В продолжение идеи на носовых платках пригласительные билеты и флаеры с текстом “Вы никогда не видели такого приглашения, вы никогда не видели таких актеров”.

Задание: какая креативная технология была применена авторами проекта по продвижению фестиваля? Развивая описанную идею, предложите свой вариант театральных театральном буфете.

Задание 2.

(Формируемые компетенции ОПК-8)

Интересный факт: советскому космонавту Юрию Гагарину на приеме у королевы Великобритании подали чай с лимоном. Выпив чай, он достал ложечкой лимон и съел его. Окружение было в шоке. Этот поступок никак не вписывался в протокол. Но королева невозмутимо достала свою лимонную дольку и тоже съела. Весь двор сделал то же самое. Инцидент стал прецедентом: теперь при королевском дворе можно съесть лимон, вынув его из чая!

Задание: проанализируйте данный кейс с точки зрения применения имиджмейкинга. Определите, какой прием НЛП здесь был использован.

Задание 3.

(Формируемые компетенции ОПК-8)

Задание: какие варианты позиционирования современного политического деятеля демонстрируют следующие фрагменты электоральных материалов американских политических деятелей:

а) отрывок из электорального фильма Б. Клинтона «Человек из Надежды» («A man from Hope4»), в котором юному Биллу жал руку президент Кеннеди, а в высказываниях

учителей и близких четко прослеживалась мысль: «Мы всегда знали: Билл далеко пойдет»;

б) фрагмент биографии Б. Обамы: «Барак – сирота. В 1982 году, когда Обаме был 21 год, его родной отец погиб в автомобильной аварии в Кении. Обама потерял и так неизвестного ему отца. Свои чувства он описал в книге «Мечты, унаследованные от отца», которая сразу стала бестселлером. Обама очень много говорит о семье – жене и двух дочерях. Он профессиональный семьянин со стажем, который любит делать уроки со своей старшей дочерью и играть с младшей. Летом 2008 г. вышла третья книга, которую Обама написал в соавторстве со своей женой и дочерьми»;

в) факт биографии Д.Трампа: Дональд Трамп стал вторым в истории кандидатом на пост президента США от двух главных партий, кто был изначально известен как бизнесмен и не занимал никаких государственных постов. И первым таким кандидатом, выигравшим выборы.

