МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ

И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ» (ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР

_____ П.Е. Троян

«___» _____ 2017 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

Уровень основной образовательной программы: **бакалавриат**
Направление подготовки: **38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»**
Форма обучения: **очная**
Факультет систем управления (ФСУ)
Кафедра автоматизации обработки информации (АОИ)

Учебный план набора 2013 г.

Курс 4, семестр 7

Распределение рабочего времени

Виды учебной работы	Семестр 7.	Всего	Единицы
1. Лекции	18	18	часов
2. Лабораторные работы	*Не предусмотрено*		
3. Практические занятия	36	36	часов
4. Курсовой проект/работа (КРС) (аудиторная)	*Не предусмотрено*		
5. Всего аудиторных занятий (сумма 1-3)	**54**	**54**	часов
6. Из них в интерактивной форме	17	17	часов
7. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54	часов
8. Всего (без экзамена) (сумма 5,7)	108	108	часов
9. Самостоятельная работа на подготовку, сдачу экзамена	36	36	часов
10. Общая трудоемкость (сумма 8, 9)	144	144	часов
(в зачетных единицах)	4	4	ЗЕТ

Экзамен — 7 (седьмой) семестр

Томск 2016

Согласована на портале №

13250

Лист согласований

Рабочая программа по дисциплине **«Связи с общественностью в органах государственной власти»** составлена с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ 10.12.2014 г. № 1567.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «____» _____2016 г. протокол № _____.

Разработчики

Ст. преподаватель каф. АОИ _____ Ермакова Н.В.

Рабочая программа согласована с факультетом, профилирующей и выпускающей кафедрами направления подготовки (специальности).

Декан ФСУ _____ Сенченко П.В.

Зав. профилирующей
выпускающей кафедрой _____ Ехлаков Ю.П.

Методист кафедры АОИ _____ Коновалова Н.В.

Согласована на портале №

13250

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» является формирование у студентов теоретических знаний в области связей с общественностью, а также практических навыков эффективного взаимодействия представителей органов государственной власти и местного самоуправления с различными целевыми аудиториями.

Задачи дисциплины:

– освоение основополагающих понятий теории связей с общественностью в соответствии с классической моделью коммуникационного процесса;

– освоение современных технологий коммуникационного менеджмента в деятельности органов власти, политике, особенностей работы ПР-служб в кризисных ситуациях;

– формирование практических навыков применения современных методов управления коммуникациями в сфере государственного и муниципального управления.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина **«Связи с общественностью в органах государственной власти» (Б1.В.ОД.9)** относится к обязательным дисциплинам вариативной части ОПОП по направлению 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление».

Дисциплина базируется на знаниях, полученных в ходе изучения таких дисциплина, как «Социология», «Социальная психология», «Психология».

Результаты образовательной деятельности, полученные в ходе освоения дисциплины, могут быть использованы при изучении курса «Основы государственного и муниципального управления», а также для подготовки и защиты выпускной квалификационной работы студентов направления «Государственное и муниципальное управление».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины должны быть сформирована **профессиональная компетенция ОПК-4 – умение** осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

По окончании изучения дисциплины студент должен:

знать:

- принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;
- способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения;

уметь:

- анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;
- собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство;

владеть:

- практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью;
- технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;
- навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей;
- навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.

Согласована на портале №

13250

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего, ч	Семестр 7 – набор 2013 г. Семестр 5 – набор 2014 г.
Аудиторные занятия (всего), в том числе:	**54**	**54**
Лекции	18	18
Практические занятия (ПЗ)	36	36
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	**54**	**54**
проработка лекционного материала,	16	16
подготовка к практическим занятиям,	18	18
подготовка к контрольным работам,	4	4
выполнение индивидуального задания,	4	4
изучение тем теоретической части дисциплины, вынесенных для самостоятельной проработки,	6	6
написание реферата	6	6
Экзамен	36	36
Общая трудоемкость, ч	**144**	**144**
Зачетные Единицы Трудоемкости	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа студента	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции (ОК, ПК)
1. Связи с общественностью (PR) как социальный феномен	2	2	2	6	ОПК-4
2. Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью	1	2	2	5	
3. Общественность и общественное мнение	2	4	6	12	
4. Основы коммуникации в связях с общественностью	2	6	6	14	
5. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	2	4	4	10	
6. Связи с общественностью в органах власти	2	5	8	15	
7. Управление имиджем и репутацией	2	6	12	20	
8. Планирование и проведение общественных кампаний	2	4	8	14	
9. Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении	2	2	4	8	
10. Правовые и этические основы связей с общественностью	1	1	2	4	
Итого	**18**	**36**	**54**	**108**	

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

Наименование разделов	Содержание разделов	Трудоемкость, ч	ОПК
1. Связи с общественностью (PR) как социальный феномен. Предмет, структура, основные функции общественных отношений	Социальные, экономические и политические причины современных форм связей с общественностью (паблик рилейшнз) в XX веке. Роль связей с общественностью в системе современного гражданского общества и рыночной экономики. Предмет и объект дисциплины. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «коммуникация». Сущность PR: основные подходы. PR как искусство и наука, технология управления. Основные подходы к классификации функций PR. Сферы функционирования связей с общественностью. Принципы и этические проблемы PR. PR и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, лоббирование): сходства и отличия. Современные дискуссии о соотношении маркетинга и PR.	2	ОПК-4

Согласована на портале №

13250

Наименование разделов	Содержание разделов	Трудоемкость, ч	ОПК
2. Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью	Ранние исторические формы коммуникаций. Зарождение политического, государственного и коммерческого PR. PR эпохи средневековья и Нового времени. Институционализация PR в начале XX в. Американский опыт развития связей с общественностью. Вклад Айви Ли, Э. Бернайза, У. Липпмана в развитие теории и практики PR. Развитие государственного PR в США. Роль Л. Бакстера, К. Уайтекера, Л. Гова, Т. Ривса в развитии политического PR и политического консультирования. Становление российского рынка PR-услуг в России. Российские центры политического консультирования.	1	ОПК-4
3. Общественность и общественное мнение	Понятия общественности и аудитории, группы интересов. Виды общественности в зависимости от характера коммуникационного поведения. Определение ключевых групп общественности и целевых аудиторий. Внутренняя и внешняя общественность. Типология групп общественности. Психографические подходы к типологизации групп общественности. Принципы выделения приоритетной общественности и целевых аудиторий. Общественное мнение: понятие и структура. Закономерности общественного мнения. Методы изучения общественного мнения. Формирование общественного мнения. Работа с лидерами общественного мнения. Использование механизмов восприятия в процессе управления массовым сознанием и поведением. Установки, стереотипы и мифы в управлении общественными настроениями.	2	
4. Основы коммуникации в связях с общественностью	Определение коммуникации. Источники коммуникации. Цель коммуникации. Простейшая модель коммуникации. Главные компоненты коммуникации: содержание сообщения (послания), средство (канал) передачи сообщения (СМИ и естественная коммуникация). Кодирование/декодирование сообщения. Особенности использования различных видов коммуникации в PR: сильные и слабые стороны использования каждого вида средств коммуникаций в PR-кампаниях: печатные СМИ, телевидение и радио, телефон и сотовая связь, Интернет. Теории распространения информации в обществе: воздействие через лидеров общественного мнения; диффузная теория Э. Роджерса и др.	2	
5. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	Роль информации в государственном управлении. Определение понятий информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. Органы исполнительной власти, осуществляющие информационную политику на федеральном и региональном уровне. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ. Право общества на получение информации. Защита информации в управлении связями с общественностью. Проблемы становления информационной политики в РФ. Техническое обеспечение информационного процесса. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти. Интернет-порталы органов государственной власти и местного самоуправления. Пресс-служба, ее функции. Основные материалы, предоставляемые прессе. Формирование аудитории представителей СМИ. Аккредитация журналистов при органах власти.	2	

Согласована на портале №

13250

Наименование разделов	Содержание разделов	Трудоемкость, ч	ОПК
6. Связи с общественностью в органах власти	Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Отличия управления общественными отношениями в органах власти по целям, критериям эффективности, ресурсам от управления общественными отношениями в коммерческом секторе. Целевые аудитории органов власти. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. Исторические модели связей с общественностью в органах государственной власти. Задачи PR-служб в контексте административной и политической реформы в России. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровней и органах местного самоуправления. Положение о PR-службах властных структур. Ресурсы и статус PR-служб.	2	ОПК-4
7. Управление имиджем и репутацией	Содержание понятия «имидж». Соотношение понятий «имидж» и «репутация», «имидж» и «образ», «имидж» и «стереотип». Брэнд-имидж. Функции и свойства имиджа. Основные типологии имиджа. Типы имиджа. Позитивный и негативный имидж. Текущий и желаемый имидж. Задачи и проблемы формирования имиджа органов власти и управления. Основные составляющие имиджа органа власти и технологии его формирования. Стратегии защиты репутации и имиджа органа власти. Структура и слагаемые персонального имиджа лидера. Персональные, социальные и символические характеристики имиджа. Основные факторы влияния на восприятия имиджа. Этнопсихологические особенности формировании имиджа. Алгоритм формирования имиджа. Позиционирование, возвышение имиджа, мифологизация, эмоционализация, дистанциирование. Технологии продвижения и защиты имиджа политика. Слагаемые имиджа и репутации региона, муниципального образования. Стратегии их формирования. Имидж государства и его влияние на экономическое развитие и геополитическое положение страны. Понятия «международный имидж», «внешнеполитический имидж», «имидж страны». Объекты имиджа. Международный имидж России: стратегия формирования.	2	
8. Планирование и проведение общественных кампаний	Виды и формы общественных кампаний. Планирование, определение бюджета кампании. Функции руководителя кампании. Штаб кампании и распределение ролей. Информационное и социологическое сопровождение кампании. PR в избирательных кампаниях. Понятие избирательной кампании в контексте использования PR-ресурсов. Избирательный штаб. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората. Реализация стратегии и тактики избирательной кампании. Встречи с избирателями и работа с лидерами общественного мнения. Приемы персонализации обращений к населению. Прямая и косвенная политическая реклама.	2	

Согласована на портале №

13250

Наименование разделов	Содержание разделов	Трудоемкость, ч	ОПК
9. Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении	Понятие «кризис», этапы его развития. Типология кризисов. Особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Разработка программ реагирования на кризис. Команды кризисного реагирования. Планирование коммуникационного процесса на случай возникновения кризиса. Особенности управления информацией во время кризисов. Работа с целевыми аудиториями в условия чрезвычайного происшествия. Нейтрализация слухов и недостоверной информации. Организация работы кризисного информационного центра. Правила поведения должностных лиц в условиях кризиса. Работа с последствиями кризиса.	2	ОПК-4
10. Правовые и этические основы связей с общественностью	Правовое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность специалистов по связям с общественностью в государственных, муниципальных органах власти, коммерческих негосударственных и общественных организациях, силовых структурах, силовых структурах, системах образования, здравоохранения и культуре в зарубежных странах и в России. Законы о СМИ и рекламе. Информационные споры. Виды кодексов профессионального поведения специалистов по связям с общественностью.	1	ОПК-4
Итого		**18**	

5.3. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Наименование обеспечивающих (предыдущих) и обеспечиваемых (последующих) дисциплин	Разделы дисциплин, для которых необходимо изучение обеспечивающих (предыдущих) и обеспечиваемых (последующих) дисциплин									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Предыдущие дисциплины										
Психология (Б1.В.0Д.15)	–	+	–	+	–	–	+	+	–	–
Социология (Б1.В.0Д.17)	+	+	+	+	+	+	–	+	–	–
Социальная психология (Б1.В.0Д.21)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	–
Последующие дисциплины										
Основы госуд. и муниц. управления (Б3.Б.2)	–	–	+	+	+	+	+	+	+	–

5.4. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Перечень компетенций	Л	ПЗ	СРС	Формы контроля
ОПК-4	+	+	+	Тестовый опрос. Контрольная работа. Подготовка докладов, сообщений и презентаций. Конспект самостоятельной работы. Отчет и защита практической работы. Защита реферата. Проведение деловой игры.

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практические занятия; СРС – самостоятельная работа студента

6. МЕТОДЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ

Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий в часах

Методы организации обучения	Формы обучения, ч			Всего
	Лекции	ПЗ	СРС	
Работа в группах	–	12	–	12
Презентации с использованием слайдов и активным обсуждением	–	4	6	10
Мультимедийные презентации	16	–	–	16
Деловая игра	–	4	–	4
Итого интерактивных занятий	16	20	6	42
из них аудиторных	16	20	0	36

Согласована на портале №

13250

7. ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ — *не предусмотрено*.

8. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

Раздел дисциплины	Наименование темы практического занятия	Трудоемкость, ч	ОПК
1	Основные подходы к пониманию сущности PR. PR и другие виды коммуникативной деятельности сходства и отличия. Функций PR.	2	
2	Американский опыт развития деятельности по связям с общественностью. Становление российского рынка PR-услуг в России.	2	
3	Ситуационная теория общественности Дж.Грюнига. Типология групп общественности. Ключевые группы общественности. Формирование общественного мнения. Работа с лидерами общественного мнения.	4	
4	Средства массовой коммуникации – их виды и роль в развитии общества. Новость и ньюсмейкинг в PR. Управление информацией и спин-докторинг. Деловая игра «Суд над СМИ (положительные и отрицательные стороны СМИ)». Контрольная работа «СМИ в связях с общественностью»	6	
5	Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти. Групповая дискуссия «Возможности и ограничения Интернет-ресурсов для PR-деятельности органов власти».	4	
6	Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления. Основные функции и направления работы современной пресс-службы. Роль пресс-секретаря в организации связи с общественностью. Механизмы организации публичных консультаций с общественностью. Контрольная работа «Коммуникации в системе государственного и муниципального управления».	5	
7	Задачи и проблемы формирования имиджа органов власти и управления. Основные составляющие имиджа органа власти и технологии его формирования. Стратегии защиты репутации и имиджа органа власти. Структура и слагаемые персонального имиджа лидера. Деловая игра «Формирование и продвижение имиджа органа государственной власти региона». Разбор конкретных примеров формирования имиджей политических лидеров.	6	
8	Виды и формы общественных кампаний. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората. Организация и проведение политических дебатов. Информационные технологии, применяемые в ходе избирательных кампаний. Разбор конкретных примеров реализации предвыборных стратегий политическими партиями.	4	
9	Практические шаги ПР-специалиста в условиях кризиса. Принципы общения во время кризиса. Контрольная работа «Антикризисные связи с общественностью».	2	
10	Правовое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью. Законы о СМИ и рекламе.	1	
Итого		**36**	

Согласована на портале №

13250

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч											ОПК	Контроль выполнения работы
	По разделам дисциплины										Всего по виду СРС		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
1. Проработка лекционного материала	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	**16**	ОПК-4	Тестовый опрос
2. Подготовка к практическим занятиям	1	1	2	2	2	4	2	4	1	1	**20**		Доклад-презентация
3. Подготовка к контрольным работам, тестам, в том числе по темам:											**6**		Контрольная работа
Средства массовой информации в связях с общественностью				2							2		
Коммуникации в системе государственного и муниципального управления						2					2		
Антикризисные связи с общественностью									2		2		
4. Изучение тем теоретической части дисциплины, вынесенных для самостоятельной проработки:											**6**		Опрос, конспект самоподготовки
Ситуационная теория общественности Дж. Грюнига. Типология лидеров мнений.			2								2		
Новость и ньюсмейкинг в PR. Управление информацией и спин-докторинг.				2							2		
Организация и проведение политических дебатов								2			2		
Информационные технологии, применяемые в ходе избирательных кампаний													
5. Написание реферата и подготовка на его основе презентации с использованием слайдов, в т.ч. по темам о выбору): 1)Формирование имиджа и репутации территориального образования. 2) Имидж муниципального служащего и технологии его формирования. 3) Сущность социальной рекламы и ее использование в практике государственного и социального управления. 4) Международный имидж России: стратегия формирования и продвижения. И т.д. (см. Приложение к программе – раздел 3)							6				**6**		Защита реферата
Всего по разделу дисциплины	**2**	**2**	**6**	**8**	**4**	**8**	**10**	**8**	**4**	**2**	**54**		

10. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ — *не предусмотрено*

Согласована на портале №

13250

11. РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ДЛЯ ОЦЕНКИ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

11.1 Балльные оценки для элементов контроля

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ю КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
Посещение занятий	4	4	4	**12**
Контрольная работа	–	10	10	**20**
Защита реферата	4	4	6	**14**
Ответы на практических занятиях	8	12	10	**30**
Индивидуальное задание	2	8	8	**18**
Компонент своевременности	2	2	2	**6**
Итого максимум за период	**20**	**40**	**40**	**100**
Сдача экзамена (максимум)				**20**
Нарастающим итогом	**20**	**60**	**100**	**120**

11.2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Баллы на дату контрольной точки	Оценка
90 % от максимальной суммы баллов на дату КТ	5
От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
< 60 % от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

11.3 Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку:

Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	**90 – 100**	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	**85 – 89**	B (очень хорошо)
	75 – 84	C (хорошо)
	70 – 74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	**65 – 69**	
	60 – 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно), (не зачтено)	**Ниже 60 баллов**	F (неудовлетворительно)

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

12.1. Основная литература

1. Управление общественными отношениями: учеб. пособие / Ю.К. Федулов [и др.]; ред. Ю.К. Федулов. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 151 с. Гриф. В библиотеке ТУСУРа: 7 экз..

2. Теория и практика связей с общественностью: учебник для вузов / А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2009. - 240 с. В библиотеке ТУСУРа: 4 экз.

3. Красина Ф.А. Управление человеческими ресурсами: учебное пособие. – Томск: Эль Контент, 2013. — 158 с. [Электронный ресурс]: научно-образовательный портал ТУСУРа. – URL: https://edu.tusur.ru/publications/3830.

12.2. Дополнительная литература

1. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Академический проект, 2004. - 430 с. В библиотеке ТУСУРа: 1 экз.

2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М. : Дело, 2004. Гриф. В библиотеке ТУСУРа: 1 экз.

3. Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие для вузов. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. - 427 с. В библиотеке ТУСУРа: 1 экз.

4. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления : М.А. Шишкина. – СПб.: Паллада-медиа, 2002. – 444 с. В библиотеке ТУСУРа: 1 экз.

5. Пивнев. Е.С. Управление общественными отношениями : Е. С. Пивнев. - Томск : ТУСУР, 2007. - 37 с. В библиотеке ТУСУРа: 29 экз.

6. Кривоносов А..Д., Основы теории связей с общественностью : учебник для вузов / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб. : ПИТЕР, 2012. - 377 с В библиотеке ТУСУРа: 15 экз.

Согласована на портале №

13250

12.3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОСОБИЯ И ТРЕБУЕМОЕ ПО

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

Ермакова Н.В. Связи с общественностью в органах власти: метод. указания к практическим занятиям и организации самостоятельной работы студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление». – 2016. – 20 с. – [Электронный ресурс]: сайт кафедры АОИ. – URL: http://aoi.tusur.ru/upload/methodical_materials/MU_SO_file__604_6996.pdf

12.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

12.4. Базы данных, информационно-справочные, поисковые системы и требуемое ПО

Требуемое ПО:

- Microsoft PowerPoint – для подготовки презентаций;
- Microsoft Word – для подготовки отчетов по работам;
- Microsoft Excel – для выполнения расчетных работ.

Необходимые базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

- Образовательный портал университета http://edu.tusur.ru/
- Информационно-справочная система «Гарант»

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

13.1. Общие требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

Для проведения **занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации** используются аудитории, расположенные по адресу 634034, Томская область, г. Томск, ул. Вершинина, д. 74, 4 этаж:

– **ауд. 418.** Состав оборудования:

Компьютер для преподавателя на базе Intel Celeron 2.53 Ггц, ОЗУ – 1.25 Гб, жесткий диск – 80 Гб. Широкоформатный телевизор для презентаций , экран, магнитно-маркерная доска, стандартная учебная мебель. Количество посадочных мест - 50.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows XP Professional SP 3, MS Office 2003 SP3, Антивирус Касперского 6.0.

Свободно распространяемое программное обеспечение: Developer C++, Adobe Reader X.

Компьютер подключен к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для проведения **практических и лабораторных занятий** используются вычислительные классы, расположенные по адресу 634034, Томская область, г. Томск, ул. Вершинина, д. 74, 4 этаж:

– **ауд. 428.** Состав оборудования:

Доска меловая, стандартная учебная мебель.

Компьютеры – 14 шт. Дополнительные посадочные места – 11 шт.

Компьютеры Intel Core 2 Duo E6550 2.33 Ггц, ОЗУ – 2 Гб, жесткий диск – 250 Гб.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows XP Professional SP 3, 1С:Предприятие 8.3, Mathcad 13, MS Office 2003, Пакет совместимости для выпуска 2007 MS Office, MS Project профессиональный 2010, MS Visual Studio Professional, Антивирус Касперского 6.0

Свободно распространяемое программное обеспечение:Far file manager, GIMP 2.8.8, Google Earth, Java 8, QGIS Wien 2.8.1, Adobe Reader X, Mozilla Firefox, Google Chrome, Eclipse IDE for Java Developers 4.2.1, Dev-C++, FreePascal, IntelliJ IDEA 15.0.3, ARIS Express, Open Office, MS Silverlight, Pyton 2.5, MS SQL Server 2008 Express.

Согласована на портале №

13250

Компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

– **ауд. 430.** Состав оборудования:

Магнитно-маркерная доска, стандартная учебная мебель.

Компьютеры – 12 шт. Дополнительные посадочные места – 13 шт.

Компьютеры Intel Core 2 Duo E6550 2.33 Ггц, ОЗУ – 2 Гб, жесткий диск – 250 Гб.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows XP Professional SP 3, 1С:Предприятие 8.3, Mathcad 13, MS Office 2003, Пакет совместимости для выпуска 2007 MS Office, MS Project профессиональный 2010, MS Visual Studio Professional, Антивирус Касперского 6.0

Свободно распространяемое программное обеспечение:Far file manager, GIMP 2.8.8, Google Earth, Java 8, QGIS Wien 2.8.1, Adobe Reader X, Mozilla Firefox, Google Chrome, Eclipse IDE for Java Developers 4.2.1, Dev-C++, FreePascal, IntelliJ IDEA 15.0.3, ARIS Express, Open Office, MS Silverlight, Pyton 2.5, MS SQL Server 2008 Express.

Компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

– **ауд. 432а.** Состав оборудования:

Доска меловая, стандартная учебная мебель.

Компьютеры – 12 шт. Дополнительные посадочные места – 13 шт.

Компьютеры Intel Core i5-3330 3.0 Ггц, ОЗУ – 4 Гб, жесткий диск – 500 Гб.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows 7 Enterprise N (Windows 7 Professional), 1С:Предприятие 8.3, Mathcad 13, MS Office 2003, Пакет совместимости для выпуска 2007 MS Office, MS Project профессиональный 2010, MS Visual Studio Professional, Антивирус Касперского 6.0

Свободно распространяемое программное обеспечение:Far file manager, GIMP 2.8.8, Google Earth, Java 8, QGIS Wien 2.8.1, Adobe Reader X, Mozilla Firefox, Google Chrome, Eclipse IDE for Java Developers 4.2.1, Dev-C++, FreePascal, IntelliJ IDEA 15.0.3, ARIS Express, Open Office, MS Silverlight, Pyton 2.5, MS SQL Server 2008 Express.

Компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

– **ауд. 432б.** Состав оборудования:

Магнитно-маркерная доска, стандартная учебная мебель.

Компьютеры – 12 шт. Дополнительные посадочные места – 13 шт.

Компьютеры Intel Core i5-2320 3.0 Ггц, ОЗУ – 4 Гб, жесткий диск – 500 Гб.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows 7 Enterprise N (Windows 7 Professional), 1С:Предприятие 8.3, Mathcad 13, MS Office 2003, Пакет совместимости для выпуска 2007 MS Office, MS Project профессиональный 2010, MS Visual Studio Professional, Антивирус Касперского 6.0

Свободно распространяемое программное обеспечение:Far file manager, GIMP 2.8.8, Google Earth, Java 8, QGIS Wien 2.8.1, Adobe Reader X, Mozilla Firefox, Google Chrome, Eclipse IDE for Java Developers 4.2.1, Dev-C++, FreePascal, IntelliJ IDEA 15.0.3, ARIS Express, Open Office, MS Silverlight, Pyton 2.5, MS SQL Server 2008 Express.

Компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для **самостоятельной работы** используется аудитория, расположенная по адресу 634034, Томская область, г. Томск, ул. Вершинина, д. 74, 4 этаж, ауд 431.

Состав оборудования:

Видеопроектор Infocus LP540, магнитно-маркерная доска, стандартная учебная мебель. Компьютеры – 5 шт. Количество посадочных мест -10.

Компьютеры Intel Core 2 Duo E6550 2.33 Ггц, ОЗУ – 2 Гб, жесткий диск – 250 Гб.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows XP Professional SP 3, 1С:Предприятие 8.3, Mathcad 13, MS Office 2003, Пакет совместимости для выпуска 2007 MS Office, MS Project профессиональный 2010, MS Visual Studio Professional, Антивирус Касперского 6.0

Свободно распространяемое программное обеспечение:Far file manager, GIMP 2.8.8, Google Earth, Java 8, QGIS Wien 2.8.1, Adobe Reader X, Mozilla Firefox, Google Chrome, Eclipse IDE for Java Developers 4.2.1, Dev-C++, FreePascal, IntelliJ IDEA 15.0.3, ARIS Express, Open Office, MS Silverlight, Pyton 2.5, MS SQL Server 2008 Express.

Компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

13.2 Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ОВЗ

Согласована на портале №

13250

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При обучении студентов **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями слуха, мобильной системы обучения для студентов с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При обучении студентов **с нарушениями зрениями** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

При обучении студентов **с нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

14. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

14.1 Основные требования к фонду оценочных средств и методические рекомендации

Фонд оценочных средств и типовые контрольные задания, используемые для оценки сформированности и освоения закрепленных за дисциплиной компетенций при проведении текущей, промежуточной аттестации по дисциплине приведен в приложении к рабочей программе.

14.2. Требования к фонду оценочных средств для лиц с ОВЗ

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены дополнительные оценочные средства, перечень которых указан в таблице 14.

Таблица 14 – Дополнительные средства оценивания для студентов с инвалидностью

Категории студентов	Виды дополнительных оценочных средств	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами, исходя из состояния обучающегося на момент проверки

14.3. Методические рекомендации по оценочным средствам для лиц с ОВЗ

Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной форме;
- в печатной форме с увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- методом чтения ассистентом задания вслух;
- предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге;
- набор ответов на компьютере;
- набор ответов с использованием услуг ассистента;
- представление ответов устно.

Согласована на портале №

13250

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале №

13250

Приложение к рабочей программе

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ
И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ» (ТУСУР)

Кафедра автоматизации обработки информации (АОИ)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой АОИ

_____Ю.П. Ехлаков

«____»_____2017 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ»

для направления подготовки 38.03.04
«Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата)

Томск 2017

Согласована на портале №

13250

1. ВВЕДЕНИЕ

Фонд оценочных средств (ФОС) является приложением к рабочей программе дисциплины и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения студентом установленных результатов обучения. ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов.

Формулировка компетенции, закрепленной за дисциплиной «Связи с общественностью в органах государственной власти» и компоненты компетенции приведены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Перечень закрепленных за дисциплиной компетенций

Код	Формулировка компетенции	Компоненты компетенции
ОПК-4	Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	Должен **знать:** **-** принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; - способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения. Должен **уметь:** - анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений; - собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство. Должен **владеть:** - практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью; - технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; - навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей; - навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.

Таблица 2.1 – Компоненты компетенции, виды занятий и используемые средства оценивания

Компоненты	**Знать**	**Уметь**	**Владеть**
Содержание компонент	принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения.	анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений; собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство.	- практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью; - технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; - навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей; - навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.

Обобщенная характеристика критериев оценивания всех компонент компетенции (знаний, умений и владения навыками) по уровням оценивания приведена в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Обобщенная характеристика критериев оценивания компетенции по уровням

Уровни оценивания	Обобщенные критерии оценивания компонент компетенции		
	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	Обладает фактическими и теоретическими знаниями в пределах изучаемой области с пониманием границ применимости	Обладает диапазоном практических умений, требуемых для осуществления деятельности по связям с общественностью	Организует исследовательскую работу, проводит оценку, совершенствует действия

Согласована на портале №

13250

Хорошо (базовый уровень)	Знает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах изучаемой области	Обладает диапазоном практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования	Участвует в исследовании, приспосабливает методы к обстоятельствам в решении проблем
Удовлетвори тельно (пороговый уровень)	Обладает базовыми общими знаниями	Обладает основными умениями, требуемыми для выполнения простых задач	Работает при прямом наблюдении

2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенция ОПК-4

ОПК-4: способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

Компоненты компетенции, виды занятий и используемые средства оценивания представлены в табл. 2.1.

Таблица 2.1 – Компоненты компетенции, виды занятий и используемые средства оценивания

Компоненты	Знать	Уметь	Владеть
Содержание компонентов	Должен знать: основные понятия теории коммуникации и связей с общественностью; принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями и общественными организациями; способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения.	Должен уметь: анализировать, проектировать и осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации; осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.	Должен владеть: практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью; технологиями организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей.
Виды занятий	Лекции; Самостоятельная работа студентов;	Практические занятия; Самостоятельная работа студентов;	Практические занятия; Самостоятельная работа;
Используемые средства оценивания	Тест; Контрольная работа; Экзамен.	Доклад, сообщение и презентация; Конспект самостоятельной работы; Защита реферата.	Отчет и защита практической работы; Групповая дискуссия; Проведение деловой игры.

Формулировка критериев оценивания компонент компетенции по уровням освоения компетенции приведена в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Критерии оценивания компонент компетенции по уровням

Уровни оценивания	Критерии оценивания компонент компетенции		
	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	Знает основные понятия теории коммуникации и связей с общественностью, формы публичной коммуникации, средства деятельности по связям с общественно-	Способен осуществлять публичные выступления разных видов, может вести переговоры, совещания, осуществлять деловую пере-	Свободно владеет практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью и способен применять их на практике; владеет технологиями органи-

Согласована на портале №

13250

	стью и может пояснить их на примере конкретной предметной области; знает принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями и общественными организациями и может пояснить их на примере решения задач из конкретной предметной области.	писку и поддерживать электронные коммуникации; умеет применять PR-технологии и методы оценки общественного мнения при решении задач любой сложности.	зации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; может организовать информационную и коммуникационную кампанию, работу по формированию и продвижению имиджа органов власти и руководителей, творчески применяя методы с учетом особенностей предметной области.
Хорошо (базовый уровень)	Знает основные понятия теории коммуникации и связей с общественностью и может пояснить на типовых примерах; знает принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями и общественными организациями и может пояснить их на примере решения типовых задач.	Способен осуществлять некоторые виды публичных выступлений, может вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; умеет применять PR-технологии и методы оценки общественного мнения при решении типовых задач.	Владеет технологиями организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; способен участвовать в информационной и коммуникационной кампании, в работе по формированию и продвижению имиджа органов власти и руководителей, творчески применяя методы с учетом особенностей предметной области.
Удовлетворительно (пороговый уровень)	Способен корректно определить значение основных понятий теории коммуникации и связей с общественностью через выбор из предложенного списка вариантов; знает принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями и общественными организациями и может пояснить их на примере решения простых задач.	Способен осуществлять некоторые виды делового общения; умеет применять PR-технологии и методы оценки общественного мнения при решении типовых задач.	Способен выполнять работы в проекте по организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; способен выполнять работы в информационной и коммуникационной кампании, в проекте по формированию и продвижению имиджа органов власти и руководителей, творчески применяя методы с учетом особенностей предметной области.

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Перечень контрольно-измерительных материалов (КИМ), используемых для оценивания компетенций, приведен в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Перечень контрольно-измерительных материалов

Вид КИМ	Тема	ОПК
Тест	PR и другие виды коммуникационной деятельности	ОПК-4
	Общественность и общественное мнение	
	Содержание и элементы процесса коммуникации	
	Цели и функции служб СО органов государственной и муниципальной власти	
	Государственная информационная политика	
	Технологии формирования имиджа власти	
	Антикризисные связи с общественностью	

Согласована на портале №

13250

	Планирование, организация и проведение общественных информационных кампаний	
	Структура и направления работы современной пресс-службы	
Контрольная работа	Средства массовой информации в связях с общественностью Коммуникации в системе государственного и муниципального управления Антикризисные связи с общественностью	ОПК-4
Практическая работа	Медиапланирование информационной / рекламной кампании	ОПК-4
	Приемы формирования имиджа политического лидера	
	Документы в связях с общественностью	
	Выступление в СМИ в роли представителя организации (правила устного публичного выступления; правила поведения, особенности речи перед микрофоном и телекамерой)	
	Особенности проведения политических кампаний	
	Создание и поддержание политических мифов в коммуникациях средствами PR	
	Оценка эффективности PR-кампании	
	Технология организации специальных мероприятий	
	Задачи и виды социальной рекламы	
Деловая игра	Суд над средствами массовой информации	ОПК-4
	Проведение пресс-конференции	
Экзамен		

Примеры тестовых вопросов

Вопрос 1. Выберите правильные утверждения:

1) в основе пресс-конференции всегда лежит информационный повод;

2) обычная продолжительность брифинга – от 60 минут до 3-х часов;

3) пресс-конференция предполагает дискуссию (споры) между журналистами и представителями организации;

4) проводить брифинг может представитель пресс-службы, не обязательно участие 1-го лица организации.

Вопрос 2. Каким приведенным ниже утверждениям должен следовать сотрудник PR-службы для эффективного взаимодействия с работниками СМИ?

Выберите несколько правильных ответов.

1. Управление информацией подразумевает абсолютный контроль над ней, например, наложение полного запрета на обнародование в СМИ той информации об организации, которая не устраивает руководство.

2. Управление информацией подразумевает, что организация, не пытаясь поставить под свой контроль всю информацию о себе, должна сделать все, чтобы информации позитивной было существенно больше, чем негативной.

3. В принципе нет ничего страшного в том, чтобы официально или неофициально платить СМИ. Но гораздо эффективнее строить отношения на основе взаимного интереса.

4. Предлагаемая организацией информация должна носить узкокорпоративный характер.

5. Важным условием эффективности медиа-рилейшнз является установление стиля общения организации со СМИ, построенного на принципах доверия и информационной открытости.

6. ПР-специалисту следует добиваться того, чтобы все сведения, которые были предоставлены в распоряжение журналиста, были бы опубликованы.

Вопрос 3. Как называется специалист, отвечающий за управление информацией и конструирование новостей?

Варианты ответа:

а) имиджмейкер; б) копирайтер; в) провайдер; г) ньюсмейкер; д) спиндоктор.

Вопрос 4. Лоббирование – это…

Варианты ответа:

а) встреча официальных лиц с представителями СМИ с целью информирования общественности по актуальному вопросу;

Согласована на портале №

13250

б) групповая беседа, проходящая в форме дискуссии и направленная на получение от ее участников «субъективной информации» по восприятию ими различных объектов: товаров, услуг, имиджа торговой марки и т.д.;

в) оказание влияния на аппарат власти в интересах определенных социальных и политических групп;

г) создание информационных поводов с целью увеличения известности и популярности.

Вопрос 5. Что входит в понятие «целевая» аудитория?

Варианты ответа:

а) ориентированные на принципы люди с хорошим либо умеренным образованием и убеждениями, базирующимися на традиционных ценностях;

б) группа людей, духовно связанных друг с другом на основе общности мнений;

в) общественность, которая в наибольшей степени влияет на функционирование и развитие организации и может иметь исключительный вес для реализации той или иной конкретной программы.

г) сотрудники организации.

Примеры заданий контрольных работ

Контрольная работа 1. Вариант № 1.

1. В каких случаях распространяется заявление для прессы?
2. Что такое аккредитация журналистов? Какие службы проводят аккредитацию?
3. Как называется особая форма взаимодействия представителей организации с журналистами из специализированных, профессиональных или отраслевых изданий?
4. Определите вид медиадокумента:

> «Хотелось бы прокомментировать законопроект «О регулировании деятельности авиаперевозчиков на территории Новосибирской области». Я работаю в гражданской авиации более 30 лет, проблемы знаю не понаслышке. Но никогда наши летчики не оказывались в таких условиях, в каких могут оказаться, если законопроект будет принят областными депутатами…».

Контрольная работа 2. Вариант № 1.

1. Что означает понятие «коммуникационный менеджмент»?
2. Назовите основные принципы работы службы PR в органах власти.
3. В чем состоит сходство и отличие PR-деятельности и пропаганды?

Контрольная работа 3. Вариант № 1.

1. Назовите основные правила осуществления коммуникаций со средствами массовой информации в кризисных ситуациях.

2. В каких случаях следует провести пресс-конференцию, а в каких нужно от нее отказаться?

3. С компанией *Jonson & Jonson* произошел такой случай: в ампулы с лекарством «Тайленол» (обезболивающее средство, аналог Анальгина) неизвестным был добавлен цианид. Семь жителей Чикаго в результате скончались, несколько десятков человек попали в госпиталь. Продажи упали с 37% до 6,8%.

Как вы считаете, какие действия в сложившихся обстоятельствах следовало предпринять компании *Jonson & Jonson*?

4. Решите задачу**.** В одном из российских городов из-за периодических задержек и низкого уровня зарплаты значительно возросла социальная напряженность. Объявив в этот период о желании участвовать в выборах, действующий мэр не мог обещать увеличения зарплаты, это было не в его власти. Но он предпринял следующий ход: отменил плату за проезд на общественном транспорте. Обстановка стабилизировалась. Спустя четыре года напряженность в предвыборный период вновь начала усиливаться. К тому же водители автобусов стали высказывать недовольство отменой платы за проезд и просьбы о ее восстановлении.

Вопрос: Как бы вы поступили на месте мэра при отсутствии материальных ресурсов?

Примеры практической работы

Согласована на портале №

13250

Практическая работа № 1. **«Медиапланирование информационной / рекламной кампании»**

Цель работы: Получить практические навыки в составлении медиаплана информационной / рекламной кампании.

Порядок выполнения работы:

Все студенты группы условно делятся на три или четыре подгруппы, каждая из которых получает задание: самостоятельно разработать медиаплан информационной кампании по:

- выборам депутата представительного органа местного самоуправления;
- выборам депутата представительного органа субъекта РФ;
- выборам депутата Государственной Думы РФ;
- выборам Президента РФ.

Источники – материалы из интернета.

За 30 минут до окончания занятия студенты занимают места в соответствии с участием в группе. Обмениваются подготовленными медиапланами и по результатам группового обсуждения формируют единый окончательный медиаплан. Каждой подгруппе предоставляется возможность сделать презентацию своих медиапланов. Преподаватель подводит итоги выполнения задания: отмечает сильные и слабые стороны разработанных медиапланов, оценивает презентации и способы аргументации в подгруппах.

Практическая работа № 2. **«Документы в связях с общественностью»**

Цель работы: изучить PR-документы разных видов.

Порядок выполнения работы:

Все студенты группы условно делятся на три подгруппы, каждая из которых получает задание: самостоятельно найти и проанализировать примеры документов трех видов:

- имиджевые корпоративные PR-документы;
- служебные PR-документы;
- оперативные информационные документы.

За 30 минут до окончания занятия студенты занимают места в соответствии с участием в группе. Обмениваются и анализируют подготовленные материалы и выбирают образцовый вариант для представления другим группам. Каждой группе предоставляется возможность сделать презентацию своих видов документов. Преподаватель подводит итоги презентаций, отмечает сильные и слабые стороны выбранных примеров документов.

Самостоятельная работа (примеры заданий и темы рефератов)

Формы самостоятельной работы студентов:

1) выполнение *задания для самостоятельной работы*;
2) выполнение *реферата по выбранной теме*.

Примеры заданий для самостоятельной работы

Тема для изучения: «Особенности публичной политической речи».

Задание: проанализировать лексические особенности речи политика (источники – текст Послания Президента РФ Федеральному собранию, инаугурационные речи президентов разных стран и др.)

Тема для изучения: «Использование средств PR при продвижении политической инфор-мации».

Задание: разработать план подачи базовой информации для избирателей: информация общего (ознакомительного) плана; блок специальных вопросов; составление программы и организация встреч руководителей с населением.

Тема для изучения: «Специфика ПР-деятельности органов власти и их представителей в Интернете».

Задание: 1) проанализировать основные законодательные акты, регулирующие сферу применения ПР-технологий. Составить таблицу рейтингов сайтов государственных организаций; 2) прочитать отрывок из выступления писателя и публициста Д. Быкова (текст прилагается) и ответить на вопросы: В чем заключаются сложности при использовании новых СМИ, каковы их возможности и ограничения? Необходим ли в наше время политику аккаунт в социальных сетях и каким, на ваш взгляд, он должен быть? Привести примеры. Как вы считаете, какие социальные медиаресурсы лучше использовать политику в соответствии с их спецификой?

Согласована на портале №

13250

Темы рефератов

1. Место слогана в ПР-деятельности компании.
2. Внутренний ПР: работа с собственным персоналом.
3. Формы и методы воздействия СМИ на общественное сознание.
4. Эффективность ПР-технологий в системе государственной службы.
5. Искусство подачи информации: привлечение журналистов.
6. Особенности ПР в спорте.
7. Специальные мероприятия в сфере политических ПР.
8. Связи с общественностью в некоммерческих организациях.
9. ПР-технологии в привлечении инвестиций.
10. Международный имидж России: стратегия формирования и продвижения.
11. Формирование имиджа территориального образования.
12. Возможности ПР-деятельности в Интернете.
13. ПР в здравоохранении.
14. Технология организации и проведения радио- и телевыступлений.
15. Организация работы отдела по связям с общественностью в органах государственной власти (или местном самоуправлении).
16. Репутация органа власти как предмет деятельности службы по связям с общественностью.
17. Имиджевая регуляция поведения персонала аппарата государственного и муниципального управления.
18. Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций.

Примеры деловых игр

Деловая игра 1. «Суд над средствами массовой информации (положительные и отрицательные стороны СМИ)»

Цель: определить положительное и отрицательное воздействие средств массовой информации на поступки, мысли человека, на становление и когнитивное развитие личности.

Порядок проведения работы: все студенты группы условно делятся на две подгруппы, в каждой подгруппе выбирается по два человека – представители обвинения и представители защиты, и каждый предварительно получает задание: сформировать свою позицию относительно влияния СМИ и аргументированно изложить ее на занятии. В течение занятия учащиеся будут исследовать проблему влияния СМИ на жизнь современного общества, определять положительные и отрицательные стороны, а концу занятия вынесут свое решение: положительно или отрицательно влияют СМИ на развитие личности, имеют ли право СМИ на существование в современном обществе. Само занятие проходит в виде судебного заседания: избирается судья, который предоставляет право голоса представителям защиты и обвинения, выслушивает свидетелей защиты и обвинения и выносит вердикт. Остальные студенты выполняют функции присяжных заседателей. Также несколько человек получают особое задание: проводят социологический опрос присутствующих и к концу занятия обрабатывают его и сообщают результаты.

Согласована на портале №

13250