МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

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

УТВЕРЖДАЮ
Директор департамента образования
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Связи с общественностью в органах государственной власти

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **38.03.04 Государственное и муниципальное управление**
Направленность (профиль) / специализация: **Административное и территориальное управление**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ФСУ, Факультет систем управления**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **3**
Семестр: **5**
Учебный план набора 2018 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	5 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	18	18	часов
2	Практические занятия	36	36	часов
3	Всего аудиторных занятий	54	54	часов
4	Самостоятельная работа	54	54	часов
5	Всего (без экзамена)	108	108	часов
6	Подготовка и сдача экзамена	36	36	часов
7	Общая трудоемкость	144	144	часов
		4.0	4.0	З.Е.

Экзамен: 5 семестр

Томск 2018

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шелупанов А.А.
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.12.2017
Уникальный программный ключ:
c53e145e-8b20-45aa-9347-a5e4dbb90e8d

Согласована на портале № 42098

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 318 от « 3 » 8 2018 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденного 10.12.2014 года, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры АОИ «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчик:

старший преподаватель каф. АОИ _____ Н. В. Ермакова

Заведующий обеспечивающей каф. АОИ _____ Ю. П. Ехлаков

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан ФСУ _____ П. В. Сенченко

Заведующий выпускающей каф. АОИ _____ Ю. П. Ехлаков

Эксперты:

Доцент кафедры автоматизации обработки информации (АОИ) _____ Н. Ю. Салмина

Доцент кафедры автоматизации обработки информации (АОИ) _____ А. А. Сидоров

Согласована на портале № 42098

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

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.

1.2. 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 PR-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.Б.22) относится к блоку 1 (базовая часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Исследование социально-экономических и политических процессов, Социальная психология, Социология.

Последующими дисциплинами являются: Управление персоналом.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– ОПК-4 способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

В результате изучения дисциплины обучающийся 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.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		5 семестр
Аудиторные занятия (всего)	54	54
Лекции	18	18
Практические занятия	36	36
Самостоятельная работа (всего)	54	54
Подготовка к коллоквиуму	4	4

Согласована на портале № 42098

Подготовка к контрольным работам	4	4
Выполнение домашних заданий	4	4
Проработка лекционного материала	10	10
Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	12	12
Подготовка к практическим занятиям, семинарам	20	20
Всего (без экзамена)	108	108
Подготовка и сдача экзамена	36	36
Общая трудоемкость, ч	144	144
Зачетные Единицы	4.0	4.0

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

Названия разделов дисциплины	Лек., ч	Прак. зан., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
5 семестр					
1 Связи с общественностью (PR) как социальный феномен	2	4	5	11	ОПК-4
2 Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью	2	0	1	3	ОПК-4
3 Общественность и общественное мнение	2	4	5	11	ОПК-4
4 Планирование и реализация программ по связям с общественностью	0	4	8	12	ОПК-4
5 Коммуникации в деятельности по связям с общественностью	2	4	9	15	ОПК-4
6 Связи с общественностью в органах власти	2	4	5	11	ОПК-4
7 Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	2	2	5	9	ОПК-4
8 Управление имиджем и репутацией	2	6	7	15	ОПК-4
9 Планирование и проведение общественных кампаний	1	4	5	10	ОПК-4
10 Коммуникации в условиях кризиса	2	4	3	9	ОПК-4
11 Правовые и этические основы деятельности по связям с общественностью	1	0	1	2	ОПК-4
Итого за семестр	18	36	54	108	

Согласована на портале № 42098

Итого	18	36	54	108	

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

Содержание разделов дисциплин (по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов дисциплин (по лекциям)

Названия разделов	Содержание разделов дисциплины (по лекциям)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
5 семестр			
1 Связи с общественностью (PR) как социальный феномен	Социальные, экономические и политические причины современных форм связей с общественностью (паблик рилейшнз) в XX веке. Роль PR в системе современного гражданского общества и рыночной экономики. Предмет и объект дисциплины. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «коммуникация». PR как искусство и наука, технология управления. Функции PR. Сферы функционирования связей с общественностью. Принципы и этические проблемы PR. Смежные виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, лоббирование и др.): сходства и отличия	2	ОПК-4
	Итого	2	
2 Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью	Ранние исторические формы коммуникаций. Зарождение политического, государственного и коммерческого PR. Американский опыт развития связей с общественностью. Вклад А.Ли, Э. Бернайза, У. Липпмана в развитие теории и практики PR. Становление российского рынка PR-услуг в России	2	ОПК-4
	Итого	2	
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,	2	ОПК-4

Согласована на портале № 42098

	стереотипы и мифы в управлении общественными настроениями.		
	Итого	2	
5 Коммуникации в деятельности по связям с общественностью	Определение коммуникации. Модель коммуникации. Главные компоненты коммуникации: содержание сообщения (послания), код, средство (канал) передачи сообщения (СМИ и естественная коммуникация). Особенности массовой коммуникации. Использование различных видов коммуникации в PR: печатные СМИ, телевидение и радио, телефон и сотовая связь, Интернет и др.	2	ОПК-4
	Итого	2	
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. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления	2	ОПК-4
	Итого	2	
7 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	ОПК-4
	Итого	2	
8 Управление имиджем	Содержание понятия «имидж». Функции и	2	ОПК-4

Согласована на портале № 42098

и репутацией	свойства имиджа. Основные типологии имиджа. Типы имиджа. 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. Алгоритм формирования имиджа. 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		
	Итого	2	
9 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. Понятие предвыборной 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	1	ОПК-4
	Итого	1	
10 Коммуникации в условиях кризиса	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
	Итого	2	
11 Правовые и этические основы деятельности по связям	Правовое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность специалистов	1	ОПК-4

Согласована на портале № 42098

с общественностью	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		
	Итого	1	
Итого за семестр		18	

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

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

Таблица 5.3 – Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Предшествующие дисциплины											
1 Исследование социально-экономических и политических процессов	+	+			+		+				
2 Социальная психология	+		+		+			+			
3 Социология		+	+	+					+		
Последующие дисциплины											
1 Управление персоналом					+			+			

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

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

Таблица 5.4 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Компетенции	Виды занятий			Формы контроля
	Лек.	Прак. зан.	Сам. раб.	
ОПК-4	+	+	+	Контрольная работа, Домашнее задание, Экзамен, Конспект самоподготовки, Коллоквиум, Опрос на занятиях, Выступление (доклад) на занятии, Тест

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП.

Согласована на портале № 42098

7. Лабораторные работы

Не предусмотрено РУП.

8. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 8.1.

Таблица 8.1 – Наименование практических занятий (семинаров)

Названия разделов	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
5 семестр			
1 Связи с общественностью (PR) как социальный феномен	Основные подходы к пониманию сущности PR. Другие виды коммуникативной деятельности сходства и отличия. Функции PR	4	ОПК-4
	Итого	4	
3 Общественность и общественное мнение	Понятия общественности и аудитории, группы интересов. Типология групп общественности. Общественное мнение: понятие и структура. Закономерности общественного мнения.	4	ОПК-4
	Итого	4	
4 Планирование и реализация программ по связям с общественностью	Планирование и реализация программ по связям с общественностью	4	ОПК-4
	Итого	4	
5 Коммуникации в деятельности по связям с общественностью	Средства массовой информации в связях с общественностью	4	ОПК-4
	Итого	4	
6 Связи с общественностью в органах власти	Цели и функции служб по связям с общественностью органов государственной и муниципальной власти	4	ОПК-4
	Итого	4	
7 Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	2	ОПК-4
	Итого	2	
8 Управление имиджем и репутацией	Основные компоненты имиджа государственной власти: технологии и методы его продвижения	4	ОПК-4
	Процесс создания имиджа политика в ходе проведения целевых политических акций	2	
	Итого	6	
9 Планирование и проведение общественных кампаний	Организация и проведение информационных / предвыборных кампаний	4	ОПК-4
	Итого	4	
10 Коммуникации в	Антикризисные связи с общественностью	4	ОПК-4

Согласована на портале № 42098

условиях кризиса	Итого	4	
Итого за семестр		36	

9. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
5 семестр				
1 Связи с общественностью (PR) как социальный феномен	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Выступление (доклад) на занятии, Опрос на занятиях, Тест, Экзамен
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	2		
	Проработка лекционного материала	1		
	Итого	5		
2 Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью	Проработка лекционного материала	1	ОПК-4	Опрос на занятиях, Тест, Экзамен
	Итого	1		
3 Общественность и общественное мнение	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Коллоквиум, Опрос на занятиях, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	1		
	Подготовка к коллоквиуму	2		
	Итого	5		
4 Планирование и реализация программ по связям с общественностью	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Выступление (доклад) на занятии, Конспект самоподготовки, Опрос на занятиях, Тест, Экзамен
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	6		
	Итого	8		
5 Коммуникации в деятельности по связям	Подготовка к практическим занятиям,	2	ОПК-4	Выступление (доклад) на занятии, Конспект

Согласована на портале № 42098

с общественностью	семинарам			самоподготовки, Контрольная работа, Опрос на занятиях, Тест, Экзамен
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	4		
	Проработка лекционного материала	1		
	Подготовка к контрольным работам	2		
	Итого	9		
6 Связи с общественностью в органах власти	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Выступление (доклад) на занятии, Контрольная работа, Опрос на занятиях, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	1		
	Подготовка к контрольным работам	2		
	Итого	5		
7 Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Выступление (доклад) на занятии, Коллоквиум, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	1		
	Подготовка к коллоквиуму	2		
	Итого	5		
8 Управление имиджем и репутацией	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	4	ОПК-4	Домашнее задание, Конспект самоподготовки, Опрос на занятиях, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	1		
	Выполнение домашних заданий	2		
	Итого	7		
9 Планирование и проведение общественных кампаний	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Домашнее задание, Конспект самоподготовки, Опрос на занятиях, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	1		
	Выполнение домашних заданий	2		
	Итого	5		
10 Коммуникации в условиях кризиса	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Опрос на занятиях, Тест, Экзамен

Согласована на портале № 42098

	Проработка лекционного материала	1		
	Итого	3		
11 Правовые и этические основы деятельности по связям с общественностью	Проработка лекционного материала	1	ОПК-4	Тест, Экзамен
	Итого	1		
Итого за семестр		54		
	Подготовка и сдача экзамена	36		Экзамен
Итого		90		

10. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено РУП.

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

11.1. Балльные оценки для элементов контроля

Таблица 11.1 – Балльные оценки для элементов контроля

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую 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
5 семестр				
Выступление (доклад) на занятии	4	4	2	10
Домашнее задание		4	4	8
Коллоквиум	3	3		6
Конспект самоподготовки	1	1	1	3
Контрольная работа		5	5	10
Опрос на занятиях	6	6	6	18
Тест	5	5	5	15
Итого максимум за период	19	28	23	70
Экзамен				30
Нарастающим итогом	19	47	70	100

11.2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Пересчет баллов в оценки за контрольные точки представлен в таблице 11.2.

Таблица 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

Согласована на портале № 42098

11.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 11.3.

Таблица 11.3 – 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. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: Учебник / А.А. Марков. – М. НИЦ ИНФРА-М, 2014. - Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=368021 (дата обращения: 06.08.2018).

2. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / М.М. Васильева [и др.]; под ред. М.М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. Издательство Юрайт, 2018. - Режим доступа: https://biblio-online.ru/viewer/1D8B6D05-1892-46AE-BEAA-EA5E4227DC94/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti#page/1 (дата обращения: 06.08.2018).

3. Государственный PR [Электронный ресурс]: связи с общественностью для государственных организаций и проектов учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. ИНФРА-М, 2018. - Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=952106 (дата обращения: 06.08.2018).

12.2. Дополнительная литература

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиарилейшнз: учебное пособие для студентов вузов / М.В. Гундарин. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : ФОРУМ; М. : ИНФРА-М, 2015. - 312 с. (наличие в библиотеке ТУСУР - 5 экз.)

2. Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для ака-демического бакалавриата / В.В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. Издательство Юрайт, 2018. - Режим доступа: https://biblio-online.ru/viewer/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D/sociologiya-massovoy-kommunikacii#page/1 (дата обращения: 06.08.2018).

3. Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г.А. Борщевский. — М. Издательство Юрайт, 2018. - Режим доступа: https://biblio-online.ru/viewer/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti#page/265 (дата обращения: 06.08.2018).

4. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата / А.А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. Издательство Юрайт, 2018. - Режим доступа: https://biblio-online.ru/viewer/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8/organizaciya-i-provedenie-kampaniy-v-sfere-svyazey-s-obschestvennostyu#page/1 (дата обращения: 06.08.2018).

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Связи с общественностью в органах государственной власти [Электронный ресурс]:

Согласована на портале № 42098

Методические указания к практическим занятиям и организации самостоятельной работы / Н. В. Ермакова - 2018. 30 с. - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8503 (дата обращения: 06.08.2018).

12.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и 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. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

При изучении дисциплины рекомендуется использовать базы данных и информационно-справочные системы, к которым у ТУСУРа есть доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины и требуемое программное обеспечение

13.1. Общие требования к материально-техническому и программному обеспечению дисциплины

13.1.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с количеством посадочных мест не менее 22-24, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

13.1.2. Материально-техническое и программное обеспечение для практических занятий

Лаборатория «Бизнес-информатика»

учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), помещение для самостоятельной работы

634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 407 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Персональный компьютер Intel Core i5-2320 3.0 ГГц, ОЗУ – 4 Гб, жесткий диск – 500 Гб (12 шт.);
- Проектор Optoma Ex632.DLP;
- Экран для проектора Lumian Mas+Er;
- Магнитно-маркерная доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- Google Chrome
- Microsoft Windows 10

Согласована на портале № 42098

Лаборатория «Программная инженерия»

учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), помещение для самостоятельной работы

634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 409 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Персональный компьютер Intel Core i3-6300 3.2 ГГц, ОЗУ – 8 Гб, жесткий диск – 500 Гб (10 шт.);
- Проектор Optoma Ex632.DLP;
- Экран для проектора Lumian Mas+Er;
- Магнитно-маркерная доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

– Google Chrome
– Microsoft Windows 10

13.1.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 201 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Состав оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры класса не ниже ПЭВМ INTEL Celeron D336 2.8ГГц. - 5 шт.;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

13.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися **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 комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства

Согласована на портале № 42098

приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

14. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

14.1. Содержание оценочных материалов и методические рекомендации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы в составе:

14.1.1. Тестовые задания

1. Специалисту по связям с общественностью нужно сформулировать миссию организации, в которой он работает, и представить ее на сайте. Какую информацию должен содержать текст такого сообщения?

а) конкретное задание, которое должно быть выполнено в определенный период;

б) биографию руководителя / основателя организации;

в) описание направлений развития, ценностей, определение общественного смысла деятельности организации;

г) контактную информацию об организации.

2. Какому из приведенных ниже утверждений должен следовать сотрудник службы по связям с общественностью для эффективного взаимодействия с работниками средств массовой информации?

а) управление информацией подразумевает абсолютный контроль над ней, например, наложение полного запрета на обнародование в СМИ той информации об организации, которая не устраивает руководство;

б) 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;

в) предлагаемая организацией информация должна носить узкокорпоративный характер;

г) специалисту по связям с общественностью следует добиваться того, чтобы все сведения, которые были предоставлены в распоряжение журналиста, были бы опубликованы.

3. Каким правилам должен соответствовать грамотно составленный пресс-релиз?

а) повествование в пресс-релизе строится от первого лица;

б) главная новость в пресс-релизе должна быть только одна, все остальные новости подчиняются ей;

в) первый абзац должен состоять из 8-10 предложений;

г) самая главная информация пресс-релиза должна быть собрана в последнем абзаце.

4. После проведенной пресс-конференции сотрудникам пресс-службы предприятия нужно распространить среди журналистов материалы, предназначенные для максимально полного информирования журналистов и ответов на наиболее вероятные вопросы прессы (фотографии, чертежи и др.). Какой медиадокумент следует использовать в этом случае?

а) пресс-релиз;

б) заявление для прессы;

в) факт-лист;

г) пресс-кит.

5. Руководитель предприятия посчитал нужным опровергнуть недостоверную информацию о деятельности его предприятия, появившуюся в СМИ. Какой документ в этом случае следует составить сотрудникам пресс-службы?

а) коммюнике;

Согласована на портале № 42098

б) бэкграундер;
в) заявление;
г) медиа-кит.

6. На атомной станции во время пусконаладочных работ произошла нештатная ситуация: при проверке труб из-за неисправности вылилось большое количество воды. Радиационной опасности это не несло, и о данном происшествии решили не говорить. Через несколько дней среди населения стали распространяться слухи о выбросе в атмосферу радиации и о том, что для защиты необходимо пить йод и т.д. Какие действия в сложившейся ситуации будут наиболее эффективны для того, чтобы успокоить население и погасить слухи?

а) нужно стараться, чтобы информация о происшествии не появлялась в СМИ;
б) представитель пресс-службы должен провести брифинг и разъяснить, что произошло;
в) следует провести «круглый стол» на телевидении, в ходе которого специалисты объяснят безопасность ситуации;
г) выпуск ежедневных пресс-релизов о положении дел на атомной станции и проведение экскурсий журналистов и представителей общественности на станцию.

7. Что относится к PR-методам коммуникации с акционерами?

а) выстраивание контактов с потребителями;
б) мониторинг общественного мнения;
в) составление ежегодных отчетов о деятельности организации;
г) повышение квалификации работников организации.

8. Где в обобщенном виде содержатся правила общения работников PR-служб с коллегами, журналистами?

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

9. Что из перечисленного можно отнести к внутренней информации?

а) методические разработки, технологии, программы ПР-деятельности;
б) статьи и сообщения в интернете;
в) использование «канала слухов» в обществе;
г) материалы СМИ.

10. Какой компонент должна обязательно включать работа по связям с общественностью на местном уровне?

а) достаточный бюджет;
б) поддержку иностранного капитала;
в) высокую степень доверия населения;
г) многоканальные коммуникации.

11. При планировании каких действий может применяться формула RACE?

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

Согласована на портале № 42098

12. Какое официальное сообщение правительства о международных соглашениях, переговорах, договорах и т.п. предлагается журналистам после саммитов глав государств, встреч на высшем уровне, на пресс-конференциях, проводимых правительственными структурами?

а) бэкграундер;
б) пресс-клуб (пресс-пул);
в) коммюнике;
г) пресс-кит.

13. В каком случаях проводится пресс-конференция?

а) по случаю юбилея компании;
б) в случае если у организации отсутствуют налаженные отношения со средствами массовой информации;
в) если в организации имеется пресс-служба;
г) в случае кризисной ситуации, которая может иметь широкий общественный резонанс.

14. Какое утверждение соответствуют правилам проведения информационных мероприятий для журналистов?

а) на пресс-конференции вопросы со стороны журналистов не предусмотрены;
б) обычная продолжительность пресс-конференции – от 10 до 20 минут;
в) на пресс-конференции не обязательно присутствие «первого лица» организации, проводить ее может представитель пресс-службы;
г) проводить брифинг можно стоя, не рассаживая журналистов.

15. Что не входит в перечень конкретных направлений деятельности ПР-служб в органах государственного и муниципального управления?

а) изучение общественного мнения о ведомстве;
б) анализ общественной реакции на действия должностных лиц и органов власти;
в) информирование общественности о существе принимаемых решений;
г) представительство интересов социальных групп в органах законодательной и исполнительной власти.

16. Как называют тактику, при которой десятки тысяч людей одновременно, в течение нескольких дней, засыпают парламентариев письмами и факсами, сообщениями через Интернет, телефонными звонками на одну и ту же тему, сходного содержания и направленными на решение одной проблемы?

а) прямого лоббирования;
б) непрямого лоббирования;
в) лоббирования «у корней травы»;
г) тактика «выжженной земли».

17. Руководителю организации необходимо донести оперативную информацию текущего характера до представителей средств массовой информации; при этом планируется встреча продолжительностью до 30 минут, без вопросов со стороны журналистов. Какое мероприятие следует провести?

а) презентация;
б) бэкграундер;
в) брифинг;
г) пресс-конференция.

Согласована на портале № 42098

18. Что относится к первому этапу формирования корпоративного имиджа?

а) разработка стратегии действий соответствующих служб организации;
б) конструирование образа организации;
в) контроль, корректировка промежуточных результатов;
г) выявление представлений об организации.

19. В какой последовательности этапов следует проводит PR-кампанию?

а) планирование PR-кампании - определение PR-проблемы - выбор общественных групп - проведение PR-кампании - анализ эффективности PR-кампании;

б) планирование PR-кампании - анализ эффективности - определение PR-проблемы - выбор общественных групп - проведение PR-кампании;

в) определение PR-проблемы - выбор общественных групп – планирование PR-кампании - проведение PR-кампании - анализ эффективности PR кампании;

г) анализ эффективности PR - определение PR-проблемы - выбор общественных групп - планирование PR-кампании - проведение PR-кампании.

20. Что означает понятие «директ-мэйл»?

а) веб-сайт директора компании;
б) прямая рассылка писем по предварительно выбранным адресам;
в) электронное письмо другу;
г) электронный адрес.

14.1.2. Экзаменационные вопросы

1. Множественность определений PR. Основные понятия дисциплины
2. Функции и основные направления PR.
3. ПР и смежные сферы деятельности.
4. ПР – реклама – пропаганда: сходство и различия.
5. Связи с общественностью – происхождение и развитие.
6. PR в современной России: хронология развития, основные тенденции.
7. Задачи государственной информационной политики.
8. Поле деятельности и востребованность специалиста по PR в современ-ной России.
9. Общественность в структуре паблик рилейшнз. Целевые группы обще-ственности.
10. Способы сегментирования общественности в теории PR.
11. Особенности формирования общественного мнения и способы управ-ления им.
12. Менеджмент паблик рилейшнз (PR-кампания и ее составляющие). Ти-пология ПР-кампаний.
13. Методы исследования общественного мнения.
14. Планирование и программирование PR-деятельности.
15. Оценка эффективности ПР-деятельности.
16. Специальные мероприятия в связях с общественностью.
17. Характеристика основных средств PR.
18. Практическая типология СМИ.
19. Механизм управления информацией.
20. Новость и ньюсмейкинг в связях с общественностью.
21. Способы налаживания коммуникации со СМИ.
22. Правила составления и распространения пресс-релизов.
23. Использование медиадокументов в связях со СМИ.
24. Пресс-служба: структура, функции, направления деятельности.
25. Мероприятия для журналистов.
26. Специфика проведения пресс-конференции (брифинга).
27. Власть – население: формы работы, обратная связь.
28. Взаимодействие органов власти с политическими партиями и движениями,

Согласована на портале № 42098

некоммерческими организациями.

29. Структурные подразделения службы связей с общественностью в ор-ганах государственной власти федерального и регионального уровня и ор-ганах местного самоуправления.

30. Коммуникации в кризисных ситуациях.

31. Слухи: определение понятия; причины возникновения, способы борь-бы.

32. Имидж: общая характеристика, функции имиджа.

33. Механизм формирования имиджа.

34. Специфика и направления деятельности государственных служб по связям с общественностью.

35. Задачи российских служб по связям с общественностью в органах вла-сти.

36. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти.

37. Специфика и задачи социальной рекламы.

38. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти.

39. Критерии отбора составляющих имиджа, разработка его базовых ха-рактеристик.

40. Технологии формирования имиджа власти.

41. Методология и методика проведения мониторинга.

42. Лоббирование как механизм работы с органами власти.

43. Виды и формы общественных кампаний.

44. PR в политике. Этапы избирательной кампании. Основные направле-ния деятельности.

45. Планирование предвыборной кампании.

46. Основные технологии формирования политических предпочтений из-бирателя.

47. Выступление в СМИ в роли представителя организации.

48. Организация специальных мероприятий в сфере правительственных связей с общественностью.

49. Конструирование средствами СМИ имиджа политического руководите-ля и государственного служащего.

50. Правила профессионального поведения специалиста по связям с обще-ственностью в государственном и местном самоуправлении.

14.1.3. Темы опросов на занятиях

1. Основные подходы к пониманию сущности PR. Смежные виды деятельности, сходства и отличия.

2. История развития связей с общественностью как профессии.

3. Практическая типология СМИ.

4. Способы коммуникации с представителями СМИ.

5. Пресс-служба: структура, функции, направления деятельности.

6. Особенности массовой коммуникации.

7. Антикризисные связи с общественностью.

14.1.4. Темы домашних заданий

1. Тема: Создание и поддержание политических мифов в коммуникациях средствами PR.

Задание: проанализировать наиболее популярные и известные политические мифы. Охарактеризовать используемые при анализе критерии.

2. Тема: Использование средств PR при продвижении политической информации.

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

14.1.5. Темы коллоквиумов

1. Изучение и формирование общественного мнения как функция PR-служб.

2. Возможности и ограничения ПР-деятельности органов власти и их представителей в Интернете.

14.1.6. Темы докладов

1. Американский опыт развития деятельности по связям с общественностью.

Согласована на портале № 42098

2. Становление российского рынка PR-услуг в России.
3. Исторические модели PR-коммуникаций.
4. Ситуационная теория общественности Дж. Грюнига.
5. Основные компоненты PR-кампании.
6. Технология организации специальных мероприятий
7. Исследования в деятельности по связям с общественностью.
8. Оценка эффективности PR-кампании.
9. Особенности массовой коммуникации.
10. Новость и ньюсмейкинг в связях с общественностью.
11. Управление информацией и спин-докторинг.
12. Государственное регулирование деятельности СМИ: зарубежный и российский опыт.
13. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
14. Концепция формирования информационного общества в России. Итоги и пер-спективы формирования модели «отзывчивой» госслужбы.

14.1.7. Вопросы на самоподготовку

Управление информацией и спин-докторинг.
Письменные формы взаимодействия с представителями СМИ (медиадокументы).
Основные положения Закона РФ «О средствах массовой информации».
Особенности выступлений в СМИ в качестве представителя организации.
Исторические модели PR-коммуникаций.
Организация специальных мероприятий в сфере правительственных ПР.
Медиапланирование.
Специфика и задачи социальной рекламы.
Ситуационная теория общественности Дж. Грюнига.
Планирование и реализация программ по связям с общественностью (PR-кампаний)

14.1.8. Темы контрольных работ

1. Средства массовой информации в деятельности по связям с общественностью
2. Связи с общественностью в органах власти.

14.2. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 14.

Таблица 14 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	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 материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается

Согласована на портале № 42098

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.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся 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.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и 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 лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 42098