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 власти

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **38.03.04 Государственное и муниципальное управление**
Направленность (профиль) / специализация: **Управление в территориальных и структурно-функциональных социально-экономических системах**
Форма обучения: **заочная**
Факультет: **ЗиВФ, Заочный и вечерний факультет**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **3, 4**
Семестр: **6, 7**
Учебный план набора 2014 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	6 семестр	7 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	2	4	6	часов
2	Практические занятия	2	4	6	часов
3	Всего аудиторных занятий	4	8	12	часов
4	Самостоятельная работа	32	96	128	часов
5	Всего (без экзамена)	36	104	140	часов
6	Подготовка и сдача зачета	0	4	4	часов
7	Общая трудоемкость	36	108	144	часов
				4.0	З.Е.

Контрольные работы: 7 семестр - 1
Зачет: 7 семестр

Томск 2018

Согласована на портале № 42566

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 318 от « 3 » 7 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 ЗиВФ _____ И. В. Осипов

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 № 42566

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 власти» (Б1.Б.20) относится к блоку 1 (базовая часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Деловые коммуникации, Исследование социально-экономических и политических процессов, Риторика, 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	
		6 семестр	7 семестр
Аудиторные занятия (всего)	12	4	8
Лекции	6	2	4
Практические занятия	6	2	4
Самостоятельная работа (всего)	128	32	96
Подготовка к коллоквиуму	4	2	2

Согласована на портале № 42566

Выполнение домашних заданий	8	0	8
Проработка лекционного материала	6	2	4
Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	96	24	72
Подготовка к практическим занятиям, семинарам	10	4	6
Выполнение контрольных работ	4	0	4
Всего (без экзамена)	140	36	104
Подготовка и сдача зачета	4	0	4
Общая трудоемкость, ч	144	36	108
Зачетные Единицы	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
6 семестр					
1 Связи с общественностью (Public Relations) как отрасль знания и коммуникационная деятельность	1	1	3	5	ОПК-4
2 Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью	0	0	6	6	ОПК-4
3 Общественность и общественное мнение	0	0	8	8	ОПК-4
4 Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	1	1	15	17	ОПК-4
Итого за семестр	2	2	32	36	
7 семестр					
5 Особенности массовой коммуникации	1	0	5	6	ОПК-4
6 Средства массовой информации (СМИ) в деятельности по связям с общественностью	0	2	20	22	ОПК-4
7 Планирование и реализация программ по связям с общественностью	0	0	10	10	ОПК-4
8 Связи с общественностью в органах власти	1	1	11	13	ОПК-4
9 Коммуникации в условиях кризиса	1	0	9	10	ОПК-4
10 Управление имиджем и репутацией	1	1	17	19	ОПК-4
11 Организация предвыборных кампаний	0	0	18	18	ОПК-4

Согласована на портале № 42566

12 Правовые и этические основы деятельности по связям с общественностью	0	0	6	6	ОПК-4
Итого за семестр	4	4	96	104	
Итого	6	6	128	140	

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
6 семестр			
1 Связи с общественностью (Public Relations) как отрасль знания и коммуникационная деятельность	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». Особенности массовой коммуникации. Функции PR. Сферы функционирования связей с общественностью. Принципы и этические проблемы PR. Связи с общественностью и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, лоббирование и др.): сходства и отличия	1	ОПК-4
	Итого	1	
4 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	1	ОПК-4
	Итого	1	
Итого за семестр		2	
7 семестр			
5 Особенности массовой коммуникации	Средства массовой коммуникации – их виды и роль в развитии общества. Классификации СМИ	1	ОПК-4
	Итого	1	
8 Связи с	Потребность в управлении	1	ОПК-4

Согласована на портале № 42566

общественностью в органах власти	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.		
	Итого	1	
9 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. Особенности управления информацией во время кризисов.	1	ОПК-4
	Итого	1	
10 Управление имиджем и репутацией	Содержание понятия «имидж». Функции и свойства имиджа. Основные типологии имиджа. Типы имиджа. Задачи и проблемы формирования имиджа органов власти и управления.	1	ОПК-4
	Итого	1	
Итого за семестр		4	
Итого		6	

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	12
Предшествующие дисциплины												
1 Деловые коммуникации								+	+		+	
2 Исследование социально-экономических и политических процессов	+			+								
3 Риторика	+				+	+						
4 Социальная психология	+									+		
5 Социология	+											

Согласована на портале № 42566

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.	Практ. зан.	Сам. раб.	
ОПК-4	+	+	+	Контрольная работа, Домашнее задание, Конспект самоподготовки, Коллоквиум, Опрос на занятиях, Зачет, Выступление (доклад) на занятии, Тест

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП.

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
6 семестр			
1 Связи с общественностью (Public Relations) как отрасль знания и коммуникационная деятельность	Связи с общественностью (Public Relations) как отрасль знания и коммуникационная деятельность	1	ОПК-4
	Итого	1	
4 Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	1	ОПК-4
	Итого	1	
Итого за семестр		2	
7 семестр			
6 Средства массовой информации (СМИ) в деятельности по связям с общественностью	Средства массовой информации (СМИ) в деятельности по связям с общественностью	2	ОПК-4
	Итого	2	
8 Связи с общественностью в органах власти	Цели и функции служб по связям с общественностью органов государственной и муниципальной власти	1	ОПК-4

Согласована на портале № 42566

	Итого	1	
10 Управление имиджем и репутацией	Основные компоненты имиджа государственной власти: технологии и методы его продвижения	1	ОПК-4
	Итого	1	
Итого за семестр		4	
Итого		6	

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
6 семестр				
1 Связи с общественностью (Public Relations) как отрасль знания и коммуникационная деятельность	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Выступление (доклад) на занятии, Зачет, Опрос на занятиях, Тест
	Проработка лекционного материала	1		
	Итого	3		
2 Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	6	ОПК-4	Зачет, Тест
	Итого	6		
3 Общественность и общественное мнение	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	8	ОПК-4	Зачет, Конспект самоподготовки, Тест
	Итого	8		
4 Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Зачет, Коллоквиум, Опрос на занятиях, Тест
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	10		
	Проработка лекционного материала	1		
	Подготовка к коллоквиуму	2		
	Итого	15		
Итого за семестр		32		
7 семестр				

Согласована на портале № 42566

5 Особенности массовой коммуникации	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	4	ОПК-4	Зачет, Конспект самоподготовки, Тест
	Проработка лекционного материала	1		
	Итого	5		
6 Средства массовой информации (СМИ) в деятельности по связям с общественностью	Выполнение контрольных работ	4	ОПК-4	Зачет, Контрольная работа, Опрос на занятиях, Тест
	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2		
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	14		
	Итого	20		
7 Планирование и реализация программ по связям с общественностью	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	10	ОПК-4	Зачет, Конспект самоподготовки, Тест
	Итого	10		
8 Связи с общественностью в органах власти	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Зачет, Коллоквиум, Опрос на занятиях, Тест
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	6		
	Проработка лекционного материала	1		
	Подготовка к коллоквиуму	2		
	Итого	11		
9 Коммуникации в условиях кризиса	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	8	ОПК-4	Зачет, Тест
	Проработка лекционного материала	1		
	Итого	9		
10 Управление имиджем и репутацией	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Домашнее задание, Зачет, Опрос на занятиях, Тест
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части	10		

Согласована на портале № 42566

	курса			
	Проработка лекционного материала	1		
	Выполнение домашних заданий	4		
	Итого	17		
11 Организация предвыборных кампаний	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	14	ОПК-4	Домашнее задание, Зачет, Конспект самоподготовки, Тест
	Выполнение домашних заданий	4		
	Итого	18		
12 Правовые и этические основы деятельности по связям с общественностью	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	6	ОПК-4	Зачет, Конспект самоподготовки, Тест
	Итого	6		
Итого за семестр		96		
	Подготовка и сдача зачета	4		Зачет
Итого		132		

10. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено РУП.

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

Рейтинговая система не используется.

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: 11.08.2018).

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: 11.08.2018).

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: 11.08.2018).

12.2. Дополнительная литература

1. 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: 11.08.2018).

2. Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г.А. Борщевский. — М. Издательство

Согласована на портале № 42566

Юрайт, 2018. - Режим доступа: https://biblio-online.ru/viewer/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti#page/265 (дата обращения: 11.08.2018).

3. 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: 11.08.2018).

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: Методические указания к практическим занятиям и организации самостоятельной работы для студентов направления «Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата) / Н. В. Ермакова - 2018. 27 с. - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8543 (дата обращения: 11.08.2018).

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 «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

Согласована на портале № 42566

(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

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

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

Согласована на портале № 42566

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 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?

Согласована на портале № 42566

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;
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 мероприятия по связям с общественностью в данной ситуации 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» по телевидению, на котором 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. В каких документах 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 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 в СМИ.

10. При планировании каких действий может применяться формула RACE?

Согласована на портале № 42566

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

11. 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.

12. Какое официальное сообщение правительства о международных соглашениях, переговорах, договорах и т.п. предлагается журналистам после проведенных 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 случае следует провести пресс-конференцию?

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 служб по связям с общественностью 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?

Согласована на портале № 42566

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) презентацию;
б) бэкграундер;
в) брифинг;
г) пресс-конференцию.

18. Что относится к первому этапу формирования 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. 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 PR-средств при продвижении политической информации.
Задание: разработать план подачи базовой информации для избирателей: информация общего (ознакомительного) плана; блок специальных вопросов; составление программы и организация встреч кандидата с населением.

14.1.3. Зачёт

1. Множественность определений PR. Основные понятия дисциплины
2. Функции и основные направления PR.
3. Связи с общественностью и смежные сферы деятельности.
4. PR – реклама – пропаганда: сходство и различия.
5. Связи с общественностью – происхождение и развитие.
6. PR в современной России: хронология развития, основные тенденции.

Согласована на портале № 42566

7. Задачи государственной информационной политики.

8. Поле деятельности и востребованность специалиста по PR в современной России.

9. Общественность в структуре паблик рилейшнз. Целевые группы общественности.

10. Способы сегментирования общественности в теории PR.

11. Особенности формирования общественного мнения и способы управления им.

12. Менеджмент паблик рилейшнз (PR-кампания и ее составляющие). Типология PR-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, некоммерческими организациями.

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

30. Коммуникации в кризисных ситуациях.

31. Слухи: определение понятия; причины возникновения, способы борьбы.

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 власти.

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 характеристик.

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 направления деятельности.

45. Планирование предвыборной кампании.

46. Основные технологии формирования политических предпочтений избирателя.

47. Выступление в СМИ в роли представителя организации.

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

49. Конструирование средствами СМИ имиджа политического руководителя и государственного служащего.

50. Правила профессионального поведения специалиста по связям с общественностью в государственном и местном самоуправлении.

Согласована на портале № 42566

14.1.4. Темы коллоквиумов

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

2. Законодательные акты, регулирующие сферу применения ПР-технологий. Законы о СМИ и рекламе.

14.1.5. Вопросы на самоподготовку

Устные и письменные формы взаимодействия с представителями СМИ.

Основные положения Закона РФ «О средствах массовой информации».

Особенности выступлений в СМИ в качестве представителя организации.

История развития деятельности по связям с общественностью.

Исторические модели PR-коммуникаций.

Организация специальных мероприятий в сфере правительственных ПР.

Основные положения «Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью».

Медиапланирование.

Специфика и задачи социальной рекламы.

PR в современной России: хронология развития, основные тенденции.

Имидж государства и его влияние на экономическое развитие и геополитическое положение страны.

Правила поведения должностных лиц в кризисных ситуациях.

14.1.6. 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. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления.

4. Средства массовой информации в деятельности по связям с общественностью.

5. Управление имиджем и репутацией.

6. Основные составляющие имиджа органа власти и технологии его формирования.

14.1.7. Темы докладов

1. Международный имидж России: стратегии формирования

2. Исторические модели PR-коммуникаций.

3. Американский опыт развития деятельности по связям с общественностью.

4. Становление российского рынка PR-услуг в России.

5. Ситуационная теория общественности Дж. Грюнига.

6. Исследования в деятельности по связям с общественностью.

7. Оценка эффективности PR-кампании.

8. Новость и ньюсмейкинг в связях с общественностью.

9. Управление информацией и спин-докторинг.

10. Государственное регулирование деятельности СМИ: зарубежный и российский опыт.

11. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.

12. Концепция формирования информационного общества в России. Итоги и перспективы формирования модели «отзывчивой» госслужбы.

14.1.8. Темы контрольных работ

Средства массовой информации в деятельности по связям с общественностью.

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.

Согласована на портале № 42566

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 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

Согласована на портале № 42566