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

Подписано цифровой подписью:
АНОО ВО "СИБИТ"
Причина: Я являюсь автором этого документа
DN: ИНН ЮЛ=7707329152, E=uc@tax.gov.ru, ОГРН=1047707030513, C=RU, S=77 Москва, L=г. Москва, STREET="ул. Неглинная, д. 23", O=Федеральная налоговая служба, CN=Федеральная налоговая служба

УТВЕРЖДЕНО
Ректор
Родионов М. Г.
Приказ от 28.10.2026 № 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 39.03.03 Организация работы с молодежью

Направленность (профиль)подготовки: Государственная молодежная политика

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Год набора (приема на обучение): 2027

Срок получения образования: Очная форма обучения – 4 года
Очно-заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)
Заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 4 з.е.
в академических часах: 144 ак.ч.

г. Омск, 2026

Разработчики:
Доцент, департамент очного обучения, кандидат экономических наук, доцент Марков С. Н.

Рецензенты:
Буренкова С.В., профессор кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет», д.филол.наук, доцент

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью, утвержденного приказом Минобрнауки от 05.02.2018 № 77, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Социолог: специалист по фундаментальным и прикладным социологическим исследованиям", утвержден приказом Минтруда России от 21.10.2021 № 751н; "Специалист по социальной работе", утвержден приказом Минтруда России от 06.09.2024 № 455н; "Специалист по оказанию государственных услуг в области занятости населения", утвержден приказом Минтруда России от 20.09.2021 № 642н; "Специалист по работе с молодежью", утвержден приказом Минтруда России от 11.11.2025 № 640н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1		Руководитель образовательной программы	Симонова Н. Ю.	Согласовано	28.10.2026, № 2

Содержание

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

3. Место дисциплины в структуре ОП

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

5. Содержание дисциплины
   5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий
   5.2. Содержание разделов, тем дисциплины

6. Рекомендуемые образовательные технологии

7. Оценочные материалы текущего контроля

8. Оценочные материалы промежуточной аттестации

9. Порядок проведения промежуточной аттестации

10. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
   10.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы
   10.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся
   10.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине
   10.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

11. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

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

Задачи изучения дисциплины:

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

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ОПК-4 Способен к осуществлению внутриведомственного и межведомственного взаимодействия для эффективного решения профессиональных задач в сфере молодежной политики

ОПК-4.1 Знает возможности установления внутриведомственных и межведомственных связей для эффективного решения профессиональных задач в сфере молодежной политики.

Знать:

ОПК-4.1/Зн13 Основы коммуникационного процесса, место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности;

ОПК-4.1/Зн14 Основу PR-деятельности; виды PR-кампаний

ОПК-4.1/Зн15 Модели межведомственного партнёрства

ОПК-4.2 Анализирует возможности формирования взаимодействий с представителями ведомств с целью их привлечения к решению профессиональных задач в сфере молодежной политики.

Уметь:

ОПК-4.2/Ум13 Анализировать коммуникативные процессы в органах государственной власти;

ОПК-4.2/Ум14 Адаптироваться к новым ситуациям, предлагать компромиссные и альтернативные решения

ОПК-4.2/Ум15 Составлять официальные межведомственные письма и запросы

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Связи с общественностью в органах государственной власти» относится к обязательной части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 5, Очно-заочная форма обучения - 7, Заочная форма обучения - 7.

Предшествующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Государственная и муниципальная служба;

Основы государственного и муниципального управления;

Основы государственной молодежной политики;

Профессиональная этика;

учебная практика (ознакомительная);

Последующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы;

производственная практика (технологическая (проектно-технологическая);

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Пятый семестр	144	4	58	4	18	36	77	Зачет (9)
Всего	144	4	58	4	18	36	77	9

Очно-заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Седьмой семестр	144	4	40	4	12	24	100	Зачет (4)
Всего	144	4	40	4	12	24	100	4

Заочная форма обучения

Период	...доемкость ...сы)	...доемкость ...ЗЕТ)	...ая работа ...всего)	...ции (часы)	...ые занятия ...сы)	...кие занятия ...сы)	...ьная работа ...сы)	...ая аттестация ...сы)

обучения	Общая тру (ча	Общая тру (ЗЕ	Контактн (часы,	Консульта	Лекционны (ча	Практическ (ча	Самостоятел (ча	Промежуточн (ча
Седьмой семестр	144	4	10	4	2	4	130	Зачет (4)
Всего	144	4	10	4	2	4	130	4

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Связи с общественностью в органах государственной власти	**135**	**4**	**18**	**36**	**77**	ОПК-4.1 ОПК-4.2
Тема 1.1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации	15	1	2	4	8	
Тема 1.2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти	15		2	4	9	
Тема 1.3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти	14		2	4	8	
Тема 1.4. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	16		2	4	10	
Тема 1.5. Диагностика политической ситуации	14		2	4	8	
Тема 1.6. Процесс создания имиджа регионального политика	15	1	2	4	8	
Тема 1.7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти	14		2	4	8	

Тема 1.8. Мониторинг социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти	16	1	2	4	9	
Тема 1.9. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением	16	1	2	4	9	
Итого	**135**	**4**	**18**	**36**	**77**	

Очно-заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Связи с общественностью в органах государственной власти	**140**	**4**	**12**	**24**	**100**	ОПК-4.1 ОПК-4.2
Тема 1.1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации	14	1	1	2	10	
Тема 1.2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти	15	1	1	2	11	
Тема 1.3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти	14	1	1	2	10	
Тема 1.4. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	16	1	1	2	12	
Тема 1.5. Диагностика политической ситуации	13		1	2	10	
Тема 1.6. Процесс создания имиджа регионального политика	13		1	2	10	
Тема 1.7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти	13		1	2	10	
Тема 1.8. Мониторинг социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти	14		1	2	11	

Тема 1.9. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением	28		4	8	16	
Итого	**140**	**4**	**12**	**24**	**100**	

Заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Связи с общественностью в органах государственной власти	**140**	**4**	**2**	**4**	**130**	ОПК-4.1 ОПК-4.2
Тема 1.1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации	16	1	1	1	13	
Тема 1.2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти	18	1	1	1	15	
Тема 1.3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти	15	1		1	13	
Тема 1.4. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	18	1		1	16	
Тема 1.5. Диагностика политической ситуации	13				13	
Тема 1.6. Процесс создания имиджа регионального политика	13				13	
Тема 1.7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти	13				13	
Тема 1.8. Мониторинг социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти	15				15	
Тема 1.9. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением	19				19	
Итого	**140**	**4**	**2**	**4**	**130**	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Связи с общественностью в органах государственной власти

Тема 1.1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации

Система органов государственной власти в современной России. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях. Специфика медиарилейшнз в сфере политики и государственного управления.
Внутрикорпоративный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.

Тема 1.2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти

Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях. Информационный процесс как многоуровневая система. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами. Основные информационные модели. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления. Власть – население: формы работы, обратная связь.

Тема 1.3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти

Понятие «имидж государственной власти». Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик. Алгоритм формирования имиджа государственной власти. Технологии формирования имиджа власти. Имиджевые стратегии. PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.

Тема 1.4. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR

Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта. Организация специальных мероприятий. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников. Разработка портрета «современного чиновника». Лоббизм и лоббирование.

Тема 1.5. Диагностика политической ситуации

Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально- политических конфликтов. Понятие «диагностика». Консультационные PR-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования. Специфика проведения диагностики политической ситуации. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности. Источники информации о политическом объекте. Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.

Тема 1.6. Процесс создания имиджа регионального политика

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

Тема 1.7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти

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

Тема 1.8. Мониторинг социально-политических процессов информационно- аналитическими отделами органов власти

Система органов государственной власти РФ. Место и роль информационно- аналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь.
Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров. Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания. Диагностика социально- политических процессов. Стратегическое планирование информационной деятельности. Методология и методика проведения мониторинга. Информационно-аналитическое обеспечение процесса государственного управления пресс-службами. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.

Тема 1.9. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением

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

6. Рекомендуемые образовательные технологии

При преподавании дисциплины применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.
Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:
- проблемные лекции;
- лекция-беседа;
- лекции с разбором практических ситуаций.

Семинарские занятия по дисциплине ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.
Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:
1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;
2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения, круглый стол);
3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине.

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

7. Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация: Очная форма обучения, Зачет, Пятый семестр.
Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.
Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.
При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Очно-заочная форма обучения, Зачет, Седьмой семестр.
Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.
Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Заочная форма обучения, Зачет, Седьмой семестр.
Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.
Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.
При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

8. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Связи с общественностью в органах государственной власти
Контролируемые ИДК: ОПК-4.1 ОПК-4.2

Тема 1.1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,
б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,
б) уровень освоения теоретического материала,
в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации.
1. Проведение индивидуального устного опроса студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам темы:
- Коммуникативные процессы.
- Модель коммуникативного акта.
- Вербальная и невербальная коммуникация.
- Агитация, пропаганда, реклама, PR.
- Коммуникация как функция управления организацией.
- Виды коммуникаций в организации.
- Особенности и структура внутренних коммуникаций в организации.

2. Групповая работа по рассмотрению и анализу конкретных ситуаций по вопросу «Межличностные коммуникации в организации».
Практические занятия к темам, проводятся, в том числе и в интерактивной форме с использованием командного метода выполнения задания с разграничением функциональных обязанностей студентов при выполнении задания. Затем усилия объединяются, и организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой для подведения итогов и принятия решения, что позволяет развить навыков командной работы, межличностной коммуникации и принятия решений.
Цель групповой работы: развить навыки межличностной коммуникации.
Задание: студентам представляется ситуация конкретной организации с распределением ролей и заданий.
3. Подготовка и презентация доклада по результатам групповой работы.

Тема 1.2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,
б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,
б) уровень освоения теоретического материала,
в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти.
1. Проведение индивидуального устного опроса студентов с элементами беседы по вопросам темы:
- Понятие этики. Этика и мораль.
- Этические нормы делового общения.
- Современные взгляды на место этики в деловом общении.
- Основные характеристики делового общения.
- Этапы делового общения.
- Виды делового общения: познавательное, убеждающее, экспрессивное, суггестивное, ритуальное.

2. Работа в микрогруппах (с численностью участников не более 5 человек) по рассмотрению и анализу конкретных ситуаций по вопросу «Этические основы бизнес- коммуникаций и межличностного взаимодействия». На семинарских занятиях предполагается охват большинства методов и моделей бизнес-коммуникаций.
3. Подготовка и презентация докладов по результатам групповой работы, дискуссия и обсуждение результатов, полученных разными группами, оценка результатов работы методом «360 градусов».
4. Выполнение индивидуальных письменных работ по теме «Деловой этикет в бизнес-коммуникациях». Индивидуальные задания предусматривают применение коммуникационных стратегий и тактик для поиска решения конкретных задач организаций, в которых работают обучающиеся.

Тема 1.3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,
б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,
б) уровень освоения теоретического материала,
в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.

1. Проведение индивидуального устного опроса студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам темы:
- Структура, функции, особенности и типология имиджа власти.
- Критерии отбора составляющих имиджа, разработка его базовых характеристик.

- Технологии формирования имиджа власти.
- Стратегия восстановления и укрепления имиджа государственной власти.
- Современные методы продвижения имиджа государственной власти.

2. Групповая работа по рассмотрению и анализу конкретных ситуаций по вопросу «Имидж современного политика».

Практические занятия к темам, проводятся, в том числе и в интерактивной форме с использованием командного метода выполнения задания с разграничением функциональных обязанностей студентов при выполнении задания. Затем усилия объединяются, и организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой для подведения итогов и принятия решения, что позволяет развить навыков командной работы, межличностной коммуникации и принятия решений.

Цель групповой работы: развить навыки межличностной коммуникации, командной работы.

Задание: студентам представляется конкретный политик, необходимо привести характеристику его имиджа и методов продвижения. Работа выполняется в группах по 3-4 человека.

3. Подготовка и презентация доклада по результатам групповой работы.

Тема 1.4. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,

б) уровень освоения теоретического материала,

в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

1. Проведение индивидуального устного опроса студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам темы:

- Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.
- Медиа-стратегии по формированию имиджа государственной службы.
- Проблемы сотрудничества госслужащих с журналистами СМИ.
- Портрет «современного чиновника» глазами социологов.
- Лоббизм в России.

2. Работа в микрогруппах (с численностью участников не более 5 человек) по рассмотрению и анализу конкретных ситуаций по вопросу «Сотрудничество госслужащих с журналистами средств массовой информации».

3. Творческие работы на темы:

- Методы построения имиджа.
- Этапы и технологии имиджмейкинга в государственном управлении.
- История имиджмейкинга в России.
- Техника конструирования имиджа и его воздействия на СМИ.
- Политика и СМИ: проблемы взаимодействия.
- Технологии манипулирования в СМИ.
- Методы манипулирования общественным мнением.
- Проблемы формирования имиджа политика.
- Объекты формирования имиджа.
- Психологические аспекты создания имиджа.

Тема 1.5. Диагностика политической ситуации

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,
б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,
б) уровень освоения теоретического материала,
в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

Диагностика политической ситуации.
1. Проведение индивидуального устного опроса студентов с элементами беседы по вопросам темы:
• Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта.
• Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления.
• Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
• Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально- политических конфликтов.
2. Подготовка и презентация докладов по результатам групповой работы, дискуссия и обсуждение результатов, полученных разными группами, оценка результатов работы методом «360 градусов».

Тема 1.6. Процесс создания имиджа регионального политика

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,
б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,
б) уровень освоения теоретического материала,
в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

1. Проведение индивидуального устного опроса студентов с элементами беседы по вопросам темы:
1. Характеристика основных элементов конструирования имиджа политика.
2. Основные аспекты использования СМИ в политической акции как инструмента формирования общественного мнения.
3. Конструирование средствами региональных СМИ имиджа политического руководителя и государственного служащего.
4. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических кампаниях.
2. Работа в микрогруппах (с численностью участников не более 5 человек) по рассмотрению и анализу конкретных ситуаций по вопросу «Средства массовой информации и журналисты в политической акции».

Тема 1.7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,
б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,
б) уровень освоения теоретического материала,
в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

1. Проведение индивидуального устного опроса студентов с элементами беседы по вопросам темы:

- Эволюция партийно-политической системы России и политическое консультирование.
- Место и роль служб по связям с общественностью в исследовании политической структуры и политических процессов страны.
- Специфика работы пресс-служб политических партий.
- Современные модели политического консалтинга и их помощь в организации информационной работы партий.
- Диагностика политической ситуации и поведения молодежи в условиях социальной напряженности.
- Методика проведения мониторинга политических предпочтений и электорального поведения общественности.

Тема 1.8. Мониторинг социально-политических процессов информационно- аналитическими отделами органов власти

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,
б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,
б) уровень освоения теоретического материала,
в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

1. Проведение индивидуального устного опроса студентов с элементами беседы по вопросам темы:

- Характеристика информационно-аналитических отделов в органах государственной власти и управления.
- Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти и политического лидера.
- Диагностика социально-политических процессов и методика проведения мониторинга.
- Информационно-аналитическое обеспечение процесса государственного управления пресс-службами.
- Информационное обеспечение политико-управленческого решения.

2. Подготовка и презентация докладов по результатам групповой работы, дискуссия и обсуждение результатов, полученных разными группами, оценка результатов работы методом «360 градусов».

Тема 1.9. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,

б) уровень освоения теоретического материала,

в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

1. Проведение индивидуального устного опроса студентов с элементами беседы по вопросам темы: «Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур».

Основные вопросы:

1. Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями.

2. Коммуникативное взаимодействие властных структур с общественно-политическими организациями.

3. Формирование общественной повестки дня.

4. Формирование общественного мнения средствами PR.

9. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Очная форма обучения, Пятый семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ОПК-4.1 ОПК-4.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания представлены в Приложении 6.

2. Выполнение итоговой работы

Примерный перечень вопросов к зачету и типовые практические задания представлены в Приложении 7.

Очно-заочная форма обучения, Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ОПК-4.1 ОПК-4.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания представлены в Приложении 6.

2. Выполнение итоговой работы

Примерный перечень вопросов к зачету и типовые практические задания представлены в Приложении 7.

Заочная форма обучения, Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ОПК-4.1 ОПК-4.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания представлены в Приложении 6.

2. Выполнение итоговой работы

Примерный перечень вопросов к зачету и типовые практические задания представлены в Приложении 7.

10. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

10.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Кургаева, Ж. Ю. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие / Ж. Ю. Кургаева. - Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2022. - 112 с. - 978-5-7882-3185-3. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701993 (дата обращения: 26.10.2026). - Режим доступа: по подписке

2. Украинцев, В. Б. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие / В. Б. Украинцев, И. Ю. Лепетикова. - Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2023. - 318 с. - 978-5-7972-3080-9. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711263 (дата обращения: 26.10.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование: учебное пособие для студентов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»: учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Сочи: Сочинский государственный университет, 2020. - 46 с. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618216 (дата обращения: 26.10.2026). - Режим доступа: по подписке

2. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR: методические материалы и кейсы: практикум / А. Г. Милюкова. - Саратов: Вузовское образование, 2020. - 127 с. - 978-5-4487-0723-0. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610850 (дата обращения: 26.10.2026). - Режим доступа: по подписке

10.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. http://www.sibit.sano.ru - Официальный сайт образовательной организации
2. http://do.sano.ru - Система дистанционного обучения Moodle (СДО Moodle)
3. http://www.gov.ru - Федеральные органы власти
4. http://www.ksrf.ru - Сайт Конституционного Суда Российской Федерации
5. http://www.vsrt.ru - Сайт Верховного Суда РФ
6. http://www.duma.gov.ru - Сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ

10.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При подготовке и проведении учебных занятий по дисциплине студентами и преподавателями используются следующие современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (http://www.biblioclub.ru).
2. Интегрированная библиотечно-информационная система ИРБИС64 (http://lib.sano.ru).
3. Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
4. Электронная справочная система ГИС Омск.

10.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Институт располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.
Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения:

Для лекций, семинаров (практических), групповых, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, ГИА
Мультимедийная учебная аудитория № 210

Перечень оборудования
- Аудиоколонка - 5 шт.
- Доска маркерная - 1 шт.
- Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
- Проектор - 1 шт.
- Стол - 37 шт.
- Стол преподавателя - 1 шт.
- Стул - 74 шт.
- Стул преподавателя - 1 шт.
- Трибуна - 1 шт.
- Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
- Adobe Acrobat Reader
- Kaspersky Endpoint Security для Windows
- Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
- Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
- Consultant Plus
- 2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 211

Перечень оборудования
- Аудиоколонка - 5 шт.
- Доска маркерная - 1 шт.
- Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
- Проектор - 1 шт.
- Стол - 27 шт.
- Стол преподавателя - 1 шт.
- Стул - 54 шт.
- Стул преподавателя - 1 шт.
- Трибуна - 1 шт.
- Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
- Adobe Acrobat Reader
- Kaspersky Endpoint Security для Windows
- Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian

Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Consultant Plus
2GIS
Мультимедийная учебная аудитория № 301

Перечень оборудования
Доска - 1 шт.
Стол - 18 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 36 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Трибуна - 1 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.
Учебная аудитория № 302

Перечень оборудования
Доска маркерная - 1 шт.
Стол - 18 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 36 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Трибуна - 1 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.
Мультимедийная учебная аудитория № 303

Перечень оборудования
Доска маркерная - 1 шт.
Стол - 15 шт.
Стол преподавателя - 30 шт.
Стул - 1 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Трибуна - 1 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.
Мультимедийная учебная аудитория № 304

Перечень оборудования
Аудиоколонка - 2 шт.
Доска маркерная - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Проектор - 0 шт.
Стол - 18 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 36 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Трибуна - 1 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.
Экран - 0 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
Microsoft Windows 10

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Consultant Plus
2GIS
Мультимедийная учебная аудитория № 312

Перечень оборудования
Аудиоколонка - 2 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Consultant Plus

2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 422

Перечень оборудования
- Аудиоколонка - 2 шт.
- Доска маркерная - 1 шт.
- Интерактивная доска - 1 шт.
- Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
- Стол - 13 шт.
- Стол преподавателя - 1 шт.
- Стул - 26 шт.
- Стул преподавателя - 1 шт.
- Трибуна - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
- Adobe Acrobat Reader
- Kaspersky Endpoint Security для Windows
- Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
- Microsoft Windows 8 Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
- Consultant Plus
- 2GIS

Для лекций, семинаров (практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации

Мультимедийная учебная аудитория № 305

Перечень оборудования
- Аудиоколонка - 2 шт.
- Доска маркерная - 1 шт.
- Информационная доска - 1 шт.
- Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
- Круглый стол - 3 шт.
- Ноутбук DELL - 8 шт.
- Ноутбук HP - 2 шт.
- Персональный компьютер - 1 шт.
- Проектор - 1 шт.
- Стеллаж - 2 шт.
- Стол одноместный - 10 шт.
- Стол преподавателя - 1 шт.
- Стул - 27 шт.
- Стул преподавателя - 1 шт.
- Трибуна - 1 шт.
- Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
- MariaDB 10.11 (x64)
- Microsoft Office 2016 standart Win64 Russian
- Adobe Acrobat Reader
- Kaspersky Endpoint Security для Windows

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Consultant Plus
2GIS

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного, компьютерного оборудования и хранения элементов мультимедийных лабораторий
Специальное помещение № 420

Перечень оборудования
Запасные части для компьютерного оборудования - 0 шт.
Наушники для лингафонного кабинета - 0 шт.
Паяльная станция - 1 шт.
Персональный компьютер - 4 шт.
Планшетный компьютер - 15 шт.
Сервер - 10 шт.
Стеллаж - 0 шт.
Стол - 4 шт.
Стул - 4 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
Специальное помещение № 003

Перечень оборудования
Запасные части для столов и стульев - 0 шт.
Материалы для сопровождения учебного процесса - 0 шт.
Наборы слесарных инструментов для обслуживания учебного оборудования - 0 шт.
Станок для сверления - 0 шт.
Стеллаж - 0 шт.
Угловая шлифовальная машина - 0 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

11. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

ВИДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ
Успешное освоение теоретического материала по дисциплине требует самостоятельной работы, нацеленной на усвоение лекционного теоретического материала, расширение и конкретизацию знаний по разнообразным вопросам дисциплины. Самостоятельная работа студентов предусматривает следующие виды:

1. Аудиторная самостоятельная работа студентов – выполнение на практических занятиях и лабораторных работах заданий, закрепляющих полученные теоретические знания либо расширяющие их, а также выполнение разнообразных контрольных заданий индивидуального или группового характера (подготовка устных докладов или сообщений о результатах выполнения заданий, выполнение самостоятельных проверочных работ по итогам изучения отдельных вопросов и тем дисциплины);
2. Внеаудиторная самостоятельная работа студентов – подготовка к лекционным, практическим занятиям, лабораторным работам, повторение и закрепление ранее изученного теоретического материала, конспектирование учебных пособий и периодических изданий, изучение проблем, не выносимых на лекции, написание тематических рефератов, выполнение индивидуальных практических заданий, подготовка к тестированию по дисциплине, выполнение итоговой работы.
Большое значение в преподавании дисциплины отводится самостоятельному поиску студентами информации по отдельным теоретическим и практическим вопросам и проблемам.
При планировании и организации времени для изучения дисциплины необходимо руководствоваться п. 5.1 или 5.2 рабочей программы дисциплины и обеспечить последовательное освоение теоретического материала по отдельным вопросам и темам (Приложение 2).
Наиболее целесообразен следующий порядок изучения теоретических вопросов по дисциплине:
1. Изучение справочников (словарей, энциклопедий) с целью уяснения значения основных терминов, понятий, определений;
2. Изучение учебно-методических материалов для лекционных, практических занятий, лабораторных работ;
3. Изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы и электронных информационных источников;
4. Изучение дополнительной литературы и электронных информационных источников, определенных в результате самостоятельного поиска информации;
5. Самостоятельная проверка степени усвоения знаний по контрольным вопросам и/или заданиям;
6. Повторное и дополнительное (углубленное) изучение рассмотренного вопроса (при необходимости).
В процессе самостоятельной работы над учебным материалом рекомендуется составить конспект, где кратко записать основные положения изучаемой темы. Переходить к следующему разделу можно после того, когда предшествующий материал понят и усвоен. В затруднительных случаях, встречающихся при изучении курса, необходимо обратиться за консультацией к преподавателю.
При изучении дисциплины не рекомендуется использовать материалы, подготовленные неизвестными авторами, размещенные на неофициальных сайтах неделового содержания. Желательно, чтобы используемые библиографические источники были изданы в последние 3-5 лет. Студенты при выполнении самостоятельной работы могут воспользоваться учебно-методическими материалами по дисциплине, представленными в электронной библиотеке института, и предназначенными для подготовки к лекционным и семинарским занятиям.

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

Оценка компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания и технологической картой дисциплины (Приложение 1).
Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего и промежуточного контроля представлены в Приложении 3.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена/зачета в виде

выполнения тестирования и/или итоговой работы.
Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.
При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины (Приложение 6)
Оценка знаний студентов осуществляется в соответствии с Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в Институте, и технологической картой дисциплины

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА ЭТАПЕ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ
1) Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)
Формируемые компетенции: ОПК-7
При преподавании дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.
- проблемные лекции по вопросам: «Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации», «Внутрикорпоративный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении» в теме «Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации»;
- лекция-беседа по вопросам: «Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления» в теме «Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти» и «Технологии формирования имиджа власти» в теме «Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти»;
- лекции с разбором практических ситуаций по вопросам: «Медиастратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы» и «Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта» в теме «Конструирование имиджа государственной власти средствами СМИ и PR», а также по вопросам «Виды политического консультирования» и «Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления».
Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:
Практические занятия по дисциплине «Связи с общественностью в органах государственной власти» ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.
Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:
1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;
2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения, круглый стол);
3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине.
На практических занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа.

2) Письменное задание
Формируемые компетенции: ОПК-7
Содержание работы включает как минимум четыре части: введение, основную часть, выводы

или заключение и список использованной литературы. Полная структура научного любого научного сообщения включает следующие разделы:
1. Введение. Здесь рассматриваются актуальность темы, конкретные задачи и практическое значение работы.
2. Основная часть. Здесь излагаются: а) материал исследования; б) методика исследования; в) полученные результаты; г) обсуждение результатов; д) перспективы дальнейшей работы. Поскольку Вы пишете работу, в основной части дается, в основном, обзор литературы с Вашими комментариями относительно взаимного дополнения или противоречивости точек зрения различных авторов. Здесь же отмечают наличие нерешенных научных проблем, перечисляют наиболее актуальные вопросы, приводят парадоксальные факты и т.д. Ваша задача - сжато передать основные концепции авторов книг. Если Вы не согласны с автором (авторами), проаргументируйте свою позицию. Считаете Вы позицию автора современной или она устарела? Итак, основная часть представляет собой обобщенное изложение реферируемого текста по существу вопроса с Вашими комментариями.
3. Выводы. Выводы или заключение - самая ответственная часть работы. В выводах необходимо обобщить материал Вашего исследования, лаконично подать сущность взглядов авторов на рассматриваемый вопрос. Ориентировочно анализ трех-пяти литературных источников предполагает формулировку 4-10 выводов. Выводы должны быть краткими. Вы можете повторить в выводах то, что уже излагали в основной части, но должны это сделать сжато, четко, обоснованно. Содержание выводов должно логически следовать из материала, представленного в Вашей работе. Заключение представляет собой выводы с аргументацией.
4. Список литературы. В список использованной литературы вносятся только те источники, которые Вы анализировали и на которые Вы ссылались в своей работе.
5. Приложение. Здесь помещают большие по объему или иллюстрирующие какую-либо частную проблему рисунки, таблицы, карты, расчеты, изложение которых по ходу работы затрудняло бы целостное восприятие работы. В работе обязательно должно быть оглавление или (на Ваш выбор) план работы. Во введении формулируются основные вопросы и проблемы, которые рассматриваются в работе. Желательно указать во введении, почему данная проблема представляет интерес.
Объем работы зависит от выбранной темы. Работа описательного характера может составлять около 20 рукописных страниц. Работа обобщающего, теоретического плана может быть меньшей по объему, чем описательная, но, как правило, студенты отмечают, что выполнить такую работу сложнее. В тексте желательно привести иллюстрации (рисунки, таблицы, графики, фотографии). Следует использовать только общепринятые сокращения, способы оформления рисунков и таблиц. Все они должны быть пронумерованы и подписаны.
Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, одобренных решением Ученого совета (протокол № 8 от 29.04.2020 г.).
Тема творческой работы определяется в соответствии с Приложением 4.

3) Практическое задание
Формируемые компетенции: ОПК-7
Кейс содержит несколько ситуации, требующие решения на основе использования знаний категорий этики.
При решении каждой ситуации кейса обучающиеся должны:
1) проанализировать предложенную ситуацию, выделить важные логические и последовательные детали, влияющие на её решение, и дать им оценку;
2) используя соответствующее понятие и определение логической науки, выделить основы, направленные на решение ситуации;
3) сформулировать и предложить возможные решения ситуации, выбрать лучшее из них.
Письменное решение каждой ситуации кейса должно состоять из следующих частей:
1) описательной, в которой необходимо выделить этические и значимые детали, влияющие на решение ситуации, и дать им оценку;
2) мотивировочной, в которой следует сослаться на знания дисциплины, позволяющую (ие) решить задачу,

3) резолютивной, в которой обосновывается применение полученных знаний и формулируется решение ситуации.
Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, одобренных решением Ученого совета (протокол № 8 от 29.04.2020 г.).
Кейс представлен в Приложении 5.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций
Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по дисциплине основана на использовании Положения о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в институте, и технологической карты дисциплины.

Текущий контроль:
- посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия) - 0-35 баллов;
- письменное задание (реферат) - 0-25 баллов;
- практическое задание (кейс) - 0-50 баллов.
Промежуточная аттестация:
- итоговая работа - 25 баллов.
Максимальное количество баллов по дисциплине – 100.
Максимальное количество баллов по результатам текущего контроля – 75.
Максимальное количество баллов на экзамене – 25.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ
В процессе изучения учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» следует:
1. Ознакомиться с рабочей программой дисциплины. Рабочая программа содержит перечень разделов и тем, которые необходимо изучить, планы лекционных и семинарских занятий, вопросы к текущей и промежуточной аттестации, перечень основной, дополнительной литературы и ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет» и т.д.
2. Ознакомиться с календарно-тематическим планом самостоятельной работы обучающихся.
3. Посещать теоретические (лекционные) и практические (семинарские) занятия, лабораторные работы.
4. При подготовке к практическим (семинарским) занятиям, а также при выполнении самостоятельной работы следует использовать методические указания для обучающихся.
Учебный план курса «Связи с общественностью в органах государственной власти» предполагает в основе изучения дисциплины использовать лекционный материал и основные источники литературы, а в дополнение – практические занятия.
Кроме традиционных лекций и практических занятий (перечень и объем которых указаны) целесообразно в процессе обучения использовать и активные формы обучения.
Примерный перечень активных форм обучения:
1) беседы и дискуссии;
2) кейсы и практические ситуации;
3) индивидуальные творческие задания;
4) творческие задания в группах;
5) практические работы.
На лекциях студенты должны получить систематизированный материал по теме занятия: основные понятия и положения, классификации изучаемых явлений и процессов, алгоритмы и методики организации дисциплины и т.д.
Практические занятия предполагают более детальную проработку темы по каждой изучаемой проблеме, анализ теоретических и практических аспектов дисциплины. Для этого разработаны подробные вопросы, обсуждаемые на семинарских занятиях, практические задания, темы рефератов и тесты. При подготовке к семинарским занятиям следует акцентировать внимание на значительную часть самостоятельной практической работы

студентов.
Для более успешного изучения курса преподавателю следует постоянно отсылать студентов к учебникам, периодической печати. Освоение всех разделов курса предполагает приобретение студентами навыков самостоятельного анализа инструментов и механизмов дисциплины, умение работать с научной литературой.
Основная учебная литература, представленная учебниками и учебными пособиями, охватывает все разделы программы по дисциплине «Связи с общественностью в органах государственной власти». Она изучается студентами в процессе подготовки к практическим занятиям, зачету. Дополнительная учебная литература рекомендуется для самостоятельной работы по подготовке к семинарским и практическим занятиям, при написании рефератов.
При изучении курса наряду с овладением студентами теоретическими положениями курса уделяется внимание приобретению практических навыков с тем, чтобы они смогли успешно применять их в своей профессиональной деятельности.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:
- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.
При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены вузом или могут использоваться собственные технические средства. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.
При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий текущего контроля. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Приложение 1

Технологическая карта дисциплины

Наименование дисциплины	Связи с общественностью в органах государственной власти
Количество зачетных единиц	4
Форма промежуточной аттестации	Зачет

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

«____» _____ 20___ г.

Преподаватель _____ / _____

(уч. степень, уч. звание, должность, ФИО преподавателя) Подпись

Приложение 2

Тематическое планирование самостоятельной работы студентов

Тема, раздел	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля
1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации	8	10	13	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к тестированию	Тест
2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти	9	11	15	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к тестированию	Тест
3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти	8	10	13	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к тестированию	Тест
4. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	10	12	16	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к тестированию	Тест
5. Диагностика политической ситуации	8	10	13	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к тестированию	Тест
6. Процесс создания имиджа регионального политика	8	10	13	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к тестированию	Тест
7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти	8	10	13	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к тестированию	Тест
8. Мониторинг социально- политических процессов информационно-аналитическими	9	11	15	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к тестированию	Тест, проверка реферата

9. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением	9	16	19	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к тестированию	Тест, проверка реферата
ИТОГО	77	100	130		

Приложение 3

Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего контроля

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	1. Посещение занятий: а) посещение лекционных и практических занятий, б) соблюдение дисциплины. 2. Работа на лекционных занятиях: а) ведение конспекта лекций, б) уровень освоения теоретического материала, в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору. 3. Работа на практических занятиях: а) уровень знания учебно-программного материала, б) умение выполнять задания, предусмотренные программой курса, в) практические навыки работы с освоенным материалом.	0-35
2	Письменное задание	1. Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт. 2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме письменного задания; б) соответствие содержания теме и плану письменного задания; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; д) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). 3. Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.). 4. Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и	0-25

		культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму письменного задания.	
3	Практическое задание	1. Анализ проблемы: а) умение верно, комплексно и в соответствии с действительностью выделить причины возникновения проблемы, описанной в практическом задании. 2. Структурирование проблем: а) насколько четко, логично, последовательно были изложены проблемы, участники проблемы, последствия проблемы, риски для объекта. 3. Предложение стратегических альтернатив: а) количество вариантов решения проблемы, б) умение связать теорию с практикой при решении проблем. 4. Обоснование решения: а) насколько аргументирована позиция относительно предложенного решения практического задания; б) уровень владения профессиональной терминологией. 5. Логичность изложения материала: а) насколько соблюдены общепринятые нормы логики в предложенном решении, б) насколько предложенный план может быть реализован в текущих условиях.	0-50

Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе промежуточной аттестации

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

Приложение 4

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице:

Первая буква фамилии студента	**№ темы реферата**
А	1
Б	2
В	3
Г	4
Д	5
Е, Ё	6
Ж	7
З	8
И	9
К	10
Л	11
М	12
Н	13
О	14
П	15
Р	16
С	17
Т	18
У	19
Ф	20
Х	21
Ц	22
Ч	23
Ш	24
Щ	25
Э	26
Ю	27
Я	28

Примерная тематика творческих работ:

1. Практика использования ПР в системе государственного управления.
2. Организация и структура службы ПР в органах исполнительной власти.
3. Научное обеспечение деятельности паблик рилейшнз в органах государственной власти.
4. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия государственной службы со СМИ.
5. Информационная политика органов государственной власти.
6. Структурно-функциональный подход к анализу политической ситуации и его место в деятельности ПР-службы.
7. Сущность и место паблик рилейшнз в социальной системе.
8. Связи с общественностью в системе социального управления.
9. Подготовка ПР-специалистов в России.
10. Развитие ПР-практики в США.
11. Разработка плана ПР-кампании.

12. Политическое консультирование.
13. Структура, функции, деятельность государственной информационной службы.
14. Сравнительная характеристика российской и американской правительственных информационных служб.
15. Применение паблик рилейшнз для решения социальных проблем.
16. Связи с общественностью в сфере политики: типы, структуры, методология деятельности.
17. Взаимодействие ПР-службы с другими функциональными структурами государственной службы.
18. Интернет как средство внутриорганизационных коммуникаций.
19. Профессиональная этика ПР-консультанта (агентства).
20. Логика, этапы, механизмы управления информацией.
21. Особенности проведения пресс-конференции.
22. Этапы презентации.
23. Правовые и этические основы ПР-деятельности.
24. Анализ и формирование общественного мнения.
25. Формирование имиджа лидера.
26. Паблик рилейшнз в переговорном процессе.
27. PR-деятельность в конфликтной ситуации.
28. Основные формы сотрудничества со СМИ.

Приложение 5

Практическое задание (кейс)

Кейс содержит несколько ситуации, требующие решения на основе использования знаний категорий этики.

При решении каждой ситуации кейса обучающиеся должны:

1) проанализировать предложенную ситуацию, выделить важные логические и последовательные детали, влияющие на её решение, и дать им оценку;
2) используя соответствующее понятие и определение логической науки, выделить основы, направленные на решение ситуации;
3) сформулировать и предложить возможные решения ситуации, выбрать лучшее из них.

Письменное решение каждой ситуации кейса должно состоять из следующих частей:

1) *описательной*, в которой необходимо выделить этические и значимые детали, влияющие на решение ситуации, и дать им оценку;

2) *мотивировочной*, в которой следует сослаться на знания дисциплины, позволяющую (ие) решить задачу,

3) *резолютивной*, в которой обосновывается применение полученных знаний и формулируется решение ситуации.

Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и лабораторных работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2020 г.).

1. Добавьте «не» там, где это необходимо (ОПК-4, З13).

- Фасилитатор является членом группы и не имеет права голоса при принятии групповых решений.
- Фасилитатор предлагает группе наиболее эффективные, с его точки зрения, приемы работы.
- Одновременно роль фасилитатора предполагает выполнение функций клерка-порученца при группе.
- Фасилитатор является посредником в отношениях между данной группой и другими группами.
- Фасилитатор может быть непрофессионалом, выбранным из состава группы.
- Фасилитатор – арбитр и судья.
- Только члены группы несут ответственность за принятие собственных решений и разрешение конфликтов, в которые они вовлечены.

2. Сравните структуры власти на Западе и в России. Какие ПР-технологии будут наиболее и наименее эффективны для указанных государств? (ОПК-4, З13, З14, У13, У14)

Страна	**Наиболее эффективные технологии**	**Наименее эффективные технологии**
Россия		
США		
Франция		

3. Создание, продвижение, коррекция имиджа политика. (ОПК-4, З13, З14)

Представьте себе, что вы решили баллотироваться на выборах. Какие ПР-акции будут для вас наиболее эффективны?

4. Ознакомьтесь с приведенным текстом листовки, выполненным в жанре абсурда. Выполните задания. (ОПК-4, З13, З14)

1. Определите, какие использованы способы воздействия на потребителя информации. Оцените их эффективность.
2. Какие задействованы жанры политической рекламы?
3. Кто является потенциальным потребителем и целевой аудиторией?
4. Какие превентивные или противодействующие меры вы бы предприняли на месте кандидата?

Обличающая листовка, выполненная в жанре абсурда

«Как стало известно из компетентных источников, Валерий (Вальтер) Рашке умело скрывал свое прошлое. В 1945 году эсэсовский офицер Вальтер Рашке был заморожен и пребывал в анабиозе при температуре минус 1917 градусов по Фаренгейту. В 1993 году передовые коммунистические ученые его отморозили. Теперь отмороженный Вальтер разгуливает по улицам Балашова и 5требует снять с него мумификационые бинты, потому что на него бросаются все собаки. Но, как розу ты ни назови, она все также пахнет розой!».

5. Взаимодействие со СМИ. (ОПК-4, З13, З14, З15, У13, У14, У15)

Выберите одну из широко обсуждаемых в СМИ тем (на основе материалов 5 – 6 газет или журналов, Интернет-источников за последнюю неделю). Сделайте сообщение по выбранной теме в виде бэкграунда, пресс-релиза, официального интервью.

6. Оценка имиджа политического деятеля. (ОПК-4, З13, З14, У13, У14)

1. «Что вы думаете о…» (любом политическом деятеле, пример подберите сами)?
2. Заполните таблицу, в которой оцениваются свойственные политикам следующие категории качеств: деловые качества; нравственные качества; идеологические характеристики; личностные характеристики. Составьте психологические портреты политиков.
3. Сведите все записанные данные в одну таблицу и представьте на общее обозрение.
4. Подсчитайте суммы по каждому критерию. Сформулируйте выводы.

Приложение 6

Тестовые задания по дисциплине
«Связи с общественностью в органах государственной власти»

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответа
1	Стремление оказывать влияние на целевые общественные группы, чтобы внедрять в их сознание необходимые взгляды и убеждения выступает... причиной возникновения связей с общественностью в органах власти	а) политической; б) экономической; в) идеологической; г) социальной.
2	Общей характеристикой ПР и рекламы выступает:	а) жесткий контроль за содержанием; б) открытая оплата СМИ; в) воздействие на общественное мнение.
3	Носители опыта относятся к:	а) информационной референтной группе; б) негативной эталонной группе; в) позитивной эталонной группе.
4	Имидж от репутации отличается тем, что:	а) привлекает тех, кто нужен для успеха; б) больше поддается искусственному построению; в) помогает добиваться поставленных целей.
5	Фактор формирования негативного имиджа:	а) некрасивая внешность; б) жесткость характера; в) излишнее внимание к рабочим моментам; г) недостаток коммуникативных умений и навыков.
6	Возможность/невозможность воспользоваться принудительными рычагами воздействия относится к:	а) различиям по целям; б) различиям по ресурсам; в) различиям по ответственности; г) различиям в окружении.
7	Государственные органы расценивают инициативные действия, совершаемые населением, как посягательство на государственные интересы в модели	а) переходной; б) властвования и подчинения; в) управленческой.
8	Основная функциональная задача ПР-служб в органах власти:	а) участие в демократизации государственного управления; б) создание положительного имиджа государства за рубежом; в) повышение уровня жизни населения.
9	Три главные функции системы PR - информировать, убеждать (воздействовать) и объединять людей выделил:	а) А. Ли; б) Д. Скотт; в) Э. Бернейз.

10	Разработка информационной политики по конкретным направлениям государственной деятельности, ее стратегии и тактики, фиксирующих движение событий по данным в динамике относится к функции государственных структур по связям с общественностью:	а) информационно-политической; б) информационно-коммуникативной; в) консультативно-методической; г) организационно-правовой.
11	Теоретическая работа по выработке положений рекомендательного характера для высшего руководящего звена – это:	а) деятельность по связям с общественностью; б) воздействие на общественное мнение; в) формирование благоприятного имиджа.
12	«Любая недомолвка рано или поздно выходит на поверхность и тогда она воспринимается как ложь, что недопустимо» - это принцип:	а) правды; б) полной информированности; в) компромисса.
13	Объектом деятельности государственных ПР-структур выступают:	а) госслужащие; б) политические партии; в) общественность; г) политическая элита.
14	В определении СМИ как “четвертой власти” отражается их ведущая роль в:	а) количестве информационных средств; б) широте охвата публики; в) формировании общественного мнения; г) структуре бизнеса.
15	Преимущество писем и почтовых рассылок заключается в:	а) имиджевом оформлении; б) быстрых сроках доставки; в) сохранности «товарного вида»; г) бережном отношении получателя.
16	Эффективность ПР-компании оценивается по:	а) достижению конечной цели; б) популярности продвигаемого объекта; в) быстроте устранения проблем.
17	Один из популярных приемов ПР-акции в СМИ:	а) организованная «утечка информации»; б) хвалебные характеристики; в) реклама; г) аналитическая статья.
18	Официальное сообщение, выпускаемое для публикации в печати или распространения по каналам вещательных средств связи штаб-квартирами, пресс-бюро различных организаций – это:	а) бэкграунд; б) официальное интервью; в) медиа-кит; г) пресс-релиз.
19	Оперативная пресс-конференция, продолжительностью до 30 мин. называется:	а) презентация; б) бэкграунд; в) медиа-кит; г) брифинг.
20	«Цели выхода» сообщений – это:	а) формирование установки;

		б) удержание сообщения в памяти; в) использование неконтролируемых СМИ.
21	Власть, которая базируется на индивидуальной притягательности ее носителя:	а) политическая; б) харизматическая; в) информационная.
22	Правило эффективной коммуникации, гласящее, что повторения необходимы как для запоминания, так и для убеждения относится к:	а) ясности; б) каналам; в) готовности аудитории; г) непрерывности и последовательности.
23	Ненамеренные искажения информации в СМИ происходят по причине:	а) передачи «по цепочке»; б) замалчивания фактов; в) тенденциозные комментарии к фактам.
24	Концепция новостного производства, признающая право выбора смысла за аудиторией:	а) смыслового типа; б) повествовательного типа; в) интерпретации.
25	Чем отличается государство от других социальных институтов:	а) обеспечивает материальное благополучие граждан; б) обладает монополией на легитимное насилие; в) осуществляет идеологический контроль за всеми сферами жизнедеятельности людей.
26	Широкомасштабный и концентрированный удар, когда десятки тысяч людей одновременно, в течение нескольких дней, засыпают парламентариев письмами и факсами, сообщениями через Интернет, телефонными звонками на одну и ту же тему, сходного содержания и направлены на решение одной проблемы характерен для тактики:	а) прямого лоббирования; б) непрямого лоббирования; в) лоббирования «у корней травы».
27	Впервые словосочетание «public relations» употребил:	а) Т. Джефферсон; б) А. Ли; в) С. Блэк; г) А. Линкольн.
28	В перечень конкретных направлений деятельности ПР-служб в органах государственного и муниципального управления не входят:	а) прогнозирование социально-политического процесса; б) анализ общественной реакции на действия должностных лиц и органов власти; в) информирование общественности о существе принимаемых решений; г) представительство интересов социальных групп в органах законодательной и исполнительной власти.
29	Совокупность взглядов индивидов на определенную проблему - это:	а) мировоззрение; б) общественное мнение; в) точка зрения.

30	Любая группа людей, сплотившихся вокруг конкретных общих идей, - это:	а) общественность; б) фокус-группа; в) партия; г) класс.
31	Информация базового характера, не являющаяся новостью или сенсацией, - это:	а) пресс-релиз; б) бэкграундер; в) меморандум; г) медиа-кит.
32	Совокупность социальных образований (групп, коллективов, ассоциаций) объединенных экономическими, этническими, культурными, религиозными интересами:	а) государство; б) партия; в) гражданское общество.
33	Интенсивность как характерный признак общественного мнения отражает:	а) общую качественную оценку проблемы; б) силу общественного мнения; в) длительность времени; г) объем знаний об объекте мнения.
34	Коммуникация, обеспечивающая единство, сплоченность и консолидацию в обществе, называется:	а) синхронической; б) диахронической; в) вертикальной; г) иерархической.
35	Деятельность государства как коммуникатора связана с двумя информационными потоками:	а) прямым и косвенным; б) первичным и вторичным; в) внутренним и внешним; г) вертикальным и горизонтальным.
36	Формула RACE применяется при планировании ПР-действий:	а) в избирательных кампаниях; б) в бизнесе; в) в органах государственной власти; г) в любых информационных кампаниях.
37	Американское представление об идеальном политконсультанте не включает одно из перечисленных качеств:	а) деловая хватка менеджера; б) наличие высшего образования; в) жесткий, авторитарный стиль руководства; г) коммуникабельность.
38	В иерархии носителей информации наиболее бедными считаются:	а) личные статистические средства; б) межличностные статистические средства; в) формы личного общения; г) интерактивные средства.
39	ПР как деятельность, направленная на удовлетворение конкретных потребностей с учетом интересов общественности, рассматривается в рамках подхода:	а) альтруистического; б) компромиссного; в) прагматического; г) инструментального.
40	Регулятивный механизм ПР представляет собой:	а) государственное регулирование и корпоративное регулирование; б) правовое регулирование (нормативные правовые акты); в) саморегулирование, включающее санкции за нарушение норм;

		г) правовое регулирование и саморегулирование.
41	Целью ПР не является:	а) формирование ситуации успеха фирмы; б) управляемый имидж; в) решение нестандартных задач и устранение противоречий; г) сбыт товаров и услуг.
42	ПР-службы быстрее вызовут сопереживание и симпатию, если будут соблюдать совет мудрого Марка Твена: “не лгите - тогда не придется:	а) оправдываться”; б) лгать дальше”; в) краснеть”; г) ничего запоминать”.
43	Деятельность ПР-служб в центральных и местных органах власти, по определению, призвана быть на службе:	а) интересов отдельных чиновников; б) открытости власти и развития демократии; в) интересов политических партий; г) интересов политических лидеров.
44	Деятельность должностных лиц ПР-службы высоко ответственна, так как она:	а) является профессиональной; б) воздействует на сознание людей; в) регулируется этическими и правовыми нормами; г) связана с обменом информацией.
45	Ежемесячный план ПР-службы иначе называется:	а) стратегическим; б) тактическим; в) оперативным; г) перспективным.
46	К внутренней информации можно отнести:	а) методические разработки, технологии, программы ПР-деятельности; б) статьи и сообщения для Интернет; в) использование “канала слухов” в обществе; г) материалы СМИ.
47	К исходящей информации относятся:	а) “канал молвы”; б) книги и брошюры по ПР-специальности; в) ответы на публикации, опровержения, заявления и интервью для газет; г) материалы разных информационных агентств.
48	Помощь нейтральной стороны, задача которой - облегчение взаимодействия внутри группы:	а) медиация; б) модернизация; в) фасилитация.
49	Наблюдение, предостережение и прогноз ситуации на основе сбора информации органами прессы, радио, телевидения – это:	а) факторинг; б) мониторинг; в) анализ; г) верификация.
50	Правила общения работников ПР-служб с коллегами, журналистами содержатся в обобщенном виде в:	а) нормах традиционной этики; б) нормах индивидуальной морали; в) кодексах поведения ПР-служб; г) подзаконных правовых актах, утвержденных исполнительной властью.

Приложение 7

Примерный перечень вопросов к зачету (ОПК-4, З13, З14, З15, У13, У14, У15)

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

30. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.

31. Организация специальных мероприятий.

32. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников.

33. Лоббизм и лоббирование.

34. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов.

35. Понятие «диагностика». Консультационные PR-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования.

36. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности.

37. Источники информации о политическом объекте.

38. Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта.

39. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления.

40. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.

41. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов.

42. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.

43. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.

44. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях.

45. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.

46. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.

47. Основные принципы взаимодействия политических факторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами).

48. Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.

49. Понятие «политическая партия». Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий.

50. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря.

51. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя.

52. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации.

53. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей.

54. Виды общественно-политических организаций.

55. Система органов государственной власти РФ. Место и роль информационно-аналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений.

56. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь.

57. Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров.

58. Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания.

59. Диагностика социально-политических процессов.

60. Стратегическое планирование информационной деятельности.