Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.06.2025 16:31:29
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bff679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»
(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Экономический факультет
Кафедра государственных закупок, менеджмента и государственного управления

Согласовано
деканом экономического факультета
«__21__» _____марта_____ 2025 г.
_____
/Фонина Т.Б./

Рабочая программа дисциплины

Связи с общественностью в органах власти

Направление подготовки
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль:
Государственная и муниципальная служба

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Согласовано учебно-методической комиссией экономического факультета
Протокол «21» марта 2025 г. № 6
Председатель УМКом_____
/Сюзева О.В./

Рекомендовано кафедрой государственных закупок, менеджмента и государственного управления
Протокол от «06» марта 2025 г. № 8
Зав. кафедрой _____
/Трофимовская А.В./

Москва
2025

Автор-составитель:

Солодилов Анатолий Васильевич,

кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры государственных закупок,

менеджмента и государственного управления

Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 13.08.2020 г. №1016.

Дисциплина входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения ……4

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы…….5

3. Объем и содержание дисциплины ……6

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся…… 9

5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине ……11

6. Учебно-методическое и ресурсное обеспечение дисциплины …… 32

7. Методические указания по освоению дисциплины …… 33

8. Информационные технологии для осуществления образовательного процесса по дисциплине …… 34

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины ……34

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: формирование у студентов комплексного представления о месте и роли структур по связям с общественностью в системе государственной власти; освоение основного содержания проблем государственного маркетинга, политической коммуникации, теории социального управления; сообщение теоретических и фактических знаний, необходимых для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями; формирование базового понятийного аппарата, необходимого для восприятия и осмысления информационных процессов в органах государственной власти и управления.

Задачи, решение которых обеспечивает достижение цели:

- понимание организационно-управленческой деятельности, в ходе которой бакалавр получает основы знаний по управлению связям с общественностью в органах власти;
- приобретение навыков участия в информационно-методической деятельности, в ходе которой бакалавр получает навыки анализа основных общественных коммуникативных процессов между социальными институтами и органами власти;
- исследование специфики связей с общественностью в различных предмет областях;
- изучение основ построения и функционирования системы управления общественными отношениями;
- изучение сферы влияния и комплексного эффекта управления общественными отношениями, как элемента комплекса маркетинговых коммуникаций;
- Анализ связей с общественностью как сферы бизнеса и направления государственного регулирования общественных отношений;
- формирование знаний, умений и навыков планирования и программирования пиар-компаний;
- освоение навыков ориентации в системе законодательства и правового обеспечения системы управления общественными отношениями.

1.2 Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

УК – 3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

ОПК-7. Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Дисциплина тесно связана с такими, как «Основы государственного и муниципального управления», «Управление человеческими ресурсами», «Принятие и исполнение государственных решений», «Административные реформы в государственном управлении» и др.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшей образовательной деятельности бакалавра с опытом учета соотношения традиций и инноваций в развитии различных образовательных систем.

Дисциплина нацелена на формирование у будущих специалистов в области государственного и муниципального управления основ теории и практики новой сферы профессиональной деятельности - связей с общественностью. Дисциплина ставит задачей помочь будущим специалистам в области государственного и муниципального управления овладеть основами теории и практики новой сферы профессиональной деятельности связей с общественностью.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшей образовательной деятельности бакалавра с опытом учета соотношения традиций и инноваций в развитии различных образовательных систем.

3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Объем дисциплины

Показатель объема дисциплины	**Форма обучения**
	очная
Объем дисциплины в зачетных единицах	**2**
Объем дисциплины в часах	**72**
Контактная работа:	**36,2**
Лекции	**12**
Практические	**24**
Контактные часы на промежуточную аттестацию:	**0,2**
Зачет	**0,2**
Самостоятельная работа	**28**
Контроль	**7,8**

Форма промежуточной аттестации: зачет в 6 семестре.

3.2 Содержание дисциплины

По очной форме обучения

Наименование разделов (тем) дисциплины с кратким содержанием	Кол-во часов	
	Лекции	Практические занятия
Тема 1. Развитие коммуникаций в социально-экономических системах История развития коммуникативного пространства в социально-экономических системах. Значение и формы связей с общественностью в различные исторические эпохи. Этапы институционализации технологий связей с общественностью. Роль и место связей с общественностью в современном обществе. Эволюция основных понятий и факторы актуализации связей с общественностью.	2	4
Тема 2. Связи с общественностью в органах власти: субъект, объект, предмет и решаемые задачи Нормативный и аналитический подходы к определению предметной области связей с общественностью в органах власти. Основные модели взаимодействия субъекта и объекта в коммуникативном пространстве. Категория «общественное мнение». Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля. Явные и латентные функции общественного мнения. Понятие «паблицитный капитал». Значение паблицитного капитала в сфере экономики и политики. Связи с общественностью в органах власти как учебная дисциплина, ее основные характеристики, цели и задачи.	2	4
Тема 33 Инструментарий связей с общественностью Коммуникативное пространство и его составляющие. Средства массовой коммуникации и их возможности. Электронные и печатные СМИ, их достоинства и недостатки. Возможности Интернета. Понятие информационной технологии. Пропаганда. Реклама. Паблик рилейшенз. Паблисити. Схема работы специалистов с группами общественности. Индекс приоритетности групп общественности по Д. Ньюсому.	2	4
Тема 4 Структура органов, осуществляющих связи с общественностью Социальные признаки принадлежности к общественности. Понятия широкой и целевой аудитории. Структура общественности. Основные подходы к классификации групп общественности. Группы влияния. Консалтинговая деятельность и ее субъекты. Необходимость создания внутреннего отдела по связям с общественностью, его типовая структура. Интегрирование ресурсов по основным направлениям деятельности субъекта управления в области связей с общественностью.	2	4
Тема 5 Управление процессом связей с общественностью; планирование и организация PR-деятельности Управление человеческими ресурсами. Роль стратегии в	2	4

управлении процессом связей с общественностью. Тактика и стратегия работы с целевыми аудиториями. Обоснование принятой тактики и стратегии. Понятие менталитета. Теория потребностей и когнитивная теория мотивации социального действия. PR-деятельность; понятие и значение формы и метода. PR-акция и PR-компания: общее, особенное и единичное. Повседневная деятельность и ее значение. Определение эффективного инструментария PR-деятельности. Маркетинговые исследования и способы их проведения.		
Тема 6 Связи с общественностью в особых условиях Связи с общественностью в органах власти в области международных отношений. Связи с общественностью в органах власти и их организация в развивающихся странах. Связи с общественностью органов власти в условиях кризиса. Ярмарочно-выставочные мероприятия. Спонсоринг. Брэндинг. Профессиональная культура и корпоративная этика специалиста по связям с общественностью в органах власти. Понятие профессионального кодекса; этические приоритеты. Становление профессионального мышления специалиста по связям с общественностью в органах власти.	2	4
Итого:	12	24

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов	Формы самостоятельной работы	Методическое обеспечение	Формы отчетности
1.Система связей с общественностью в органах власти	Принципы построения отношений органов власти с общественностью с помощью информационных систем. Основные типы профессиональной компетентности специалиста по связям с общественностью.	5	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос, реферат
2. Техника связей с общественностью: способы достижения эффективности общения	Общие понятия психологии общения. Значение эффективного общения в социальном управлении. Способы повышения эффективности общения.	5	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы; подбор материала для рефератов.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос, реферат

3. Развитие коммуникаций в социально-экономических системах	История развития коммуникативного пространства в социально-экономических системах.	4	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос, реферат
4.Законы и закономерности коммуникации, определяющие эффективность связей с общественность ю	Психология общения, ее законы и закономерности, определяющие эффективность коммуникации.	5	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос, реферат
5. Управление процессом связей с общественность ю.	Планирование и организация PR-деятельности	4	Подготовка к практическим занятиям	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос, реферат
6 Профессиональная культура и корпоративная этика специалиста по связям с общественность ю.	Понятие профессионального кодекса; этические приоритеты. Становление профессионального мышления специалиста по связям с общественностью.	5	Подготовка к занятиям, изучение литературы	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос, реферат

Итого – 28 ч. самостоятельной работы

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоение образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
УК – 3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	1. Работа на учебных занятиях: 2. Самостоятельная работа.
ОПК-7. Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	1. Работа на учебных занятиях: 2. Самостоятельная работа.

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

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
УК -3	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях: 2. Самостоятельная работа.	*Знать:* терминологию в области обеспечения делового общения; историю, правовые нормы и этические основы управления общественными отношениями; основные механизмы взаимодействия государственных служб по связям с общественностью со СМИ. *Уметь:* пользоваться изученными стандартизированными терминами; организацию документационного обеспечения делового общения; выполнять определенные виды работ по организации обеспечения делового общения; использовать на практике полученные навыки публичного выступления.	Опрос Реферат	Шкала оценивания опроса Шкала оценивания реферата
	Продви-нутый	1. Работа на учебных занятиях: 2. Самостоятельная работа.	*Знать:* терминологию в области обеспечения делового общения; историю, правовые нормы и этические основы управления общественными отношениями; основные механизмы взаимодействия государственных служб по связям с общественностью со СМИ. *Уметь:* пользоваться изученными стандартизированными терминами; организацию документационного обеспечения делового общения; выполнять определенные виды работ по организации обеспечения делового общения; использовать на практике полученные навыки публичного выступления. *Владеть:* навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии; навыками практической работы по подготовке и ведению совещаний, переговоров.	Опрос Реферат Тест Кейс	Шкала оценивания опроса Шкала оценивания реферата Шкала оценивания теста Шкала оценивания кейса
ОПК-7	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях: 2. Самостоятельная работа.	*Знать:* основные механизмы взаимодействия государственных служб по связям с общественностью со СМИ, общественными организациями, политическими партиями и органами власти; *Уметь:* выявлять информацию, необходимую для принятия решений, при получении «обратной связи» в профессиональной деятельности; представлять интересы и официальную информацию органов	Опрос Реферат	Шкала оценивания опроса Шкала оценивания реферата

			власти во взаимодействии с государственными и муниципальными организациями.		
	Продви-нутый	1. Работа на учебных занятиях: 2. Самостоятельная работа.	*Знать:* основные механизмы взаимодействия государственных служб по связям с общественностью со СМИ, общественными организациями, политическими партиями и органами власти; *Уметь:* выявлять информацию, необходимую для принятия решений, при получении «обратной связи» в профессиональной деятельности; представлять интересы и официальную информацию органов власти во взаимодействии с государственными и муниципальными организациями. *Владеть:* навыками практической работы по организации взаимодействия с организациями, учреждениями, институтами гражданского общества.	Опрос Реферат Тест Кейс	Шкала оценивания опроса Шкала оценивания реферата Шкала оценивания теста Шкала оценивания кейса

Шкала оценивания теста

Написание *теста* оценивается по шкале от 0 до 15 баллов.
13-15 баллов (80-100% правильных ответов);
10-12 баллов (70-75 % правильных ответов);
7-9 баллов (50-65 % правильных ответов);
0-3 баллов (менее 50 % правильных ответов).

Шкала оценивания реферата

Написание *реферата* оценивается по шкале от 0 до 20 баллов.

Критерии оценивания	**Интервал оценивания**
1. Степень раскрытия темы	0-4
2. Личный вклад автора	0-3
3. Структурированность материала	0-2
4. Постраничные ссылки	0-2
5. Объем и качество используемых источников	0-2
6. Оформление текста и грамотность речи	0-3

7. Защита *реферата*	0-4

Шкала оценивания кейса

Выполнение *кейса* оценивается от 0 до 15 баллов.

Критерии оценивания	Интервал оценивания
Даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи; при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.	0-4
Даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов; ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.	0-4
Даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач студент использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения расчётов и экспресс оценки показателей эффективности управления организацией, однако, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.	0-4
Затрудняется при выполнении практических задач, в выполнении своей роли, работа проводится с опорой на преподавателя или других студентов.	0-3

Шкала оценивания опроса

Опрос оценивается от 0 до 10 баллов.

Критерии оценивания	Интервал оценивания
1. Самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщать, выводы	0-2
2. Самостоятельно, уверенно и безошибочно применяет полученные знания в решении проблем на творческом уровне	0-2
3. Умеет составить полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами, фактами	0-3
4. Понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей	0-3

5.3. Типовые тестовые задания, практические задания необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Перечень примерных вопросов для зачета

1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина
2. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.
3. Основные термины и понятия в сфере PR.
4. Критерии эффективности взаимоотношений со СМИ.
5. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
6. Роль PR в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции PR.
7. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.
8. Основные международные Кодексы профессиональных стандартов в области PR.
9. Коммуникация как процесс и структура.
10. Информация и содержание информационного подхода в теории коммуникации.
11. Содержание и элементы коммуникации.
12. Коммуникативное пространство.
13. Возможности вербального воздействия на аудиторию.
14. Невербальные средства коммуникации. Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации. Функции невербальных средств коммуникации.
15. Содержание и элементы коммуникации. Модель Г. Лассауэлла.
16. Социально-коммуникационные революции.
17. Теория массовых коммуникаций.
18. Коммуникации в политике.
19. Предмет политической коммуникации.
20. Основные понятия политической коммуникации.
21. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
22. Понятие политического консалтинга.
23. Основные организационные структуры PR: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая PR-фирма, независимая международная компания, международная сеть агентств.
24. Задачи, функции, отделов и служб по PR в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.
25. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью.

26. Основные российские ассоциации специалистов в области PR.
27. Российские профессиональные издания в области PR.
28. Понятие рекламной коммуникации.
29. Цели и основные составляющие рекламной коммуникации.
30. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании.
31. Этапы медиапланирования.
32. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана.
33. Особенности рекламы в различных СМИ, их достоинства и недостатки: реклама в прессе, реклама на телевидении, реклама на радио, реклама в интернет.
34. Сущность и понятие имиджа: в рекламе, политике, связях с общественностью.
35. Основные составляющие имиджа.
36. Определение корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.
37. Брэнд и его значение в современной рекламе.
38. Классификация брендов.
39. Концепция формирования брэнда, позиционирование брэнда.
40. Политическое консультирование: типы, виды и формы.
41. Технологии политического консультирования.
42. Политический консультант: типы, характерные черты, функции.
43. Работа консультанта в избирательной кампании по созданию стратегии клиента.
44. Профессиональные требования к специалисту по PR.
45. Этика и профессиональные стандарты в «Связях с общественностью».
46. Связи с общественностью в государственных структурах.
47. Субъекты и структура российского государственного PR – рынка.
48. Пресс-клиппинг как PR - технология.
49. Некоммерческие организации – понятие, функции, характерные черты.
50. Специфика функционирования некоммерческих организаций в современной России.
51. PR-технологии в привлечении инвестиций.
52. Понятие спонсоринга, фандрайзинга.
53. Целевые мероприятия по привлечению средств. Этапы Фандрайзинга.
54. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования
55. Оперативные рабочие информационные документы.
56. Имиджевые корпоративные документы.
57. Служебные PR-документы.

Примеры тестовых заданий:

1. Одна из письменных форм информирования СМИ о деятельности организации - это...

а) репортаж

б) пресс-релиз
в) интервью
2. Что обычно распространяют посредством пресс-релизов?
а) аналитические материалы
б) коммерческую информацию
в) новости
3. Главное требование к пресс-релизу?
а) наличие заголовка
б) наличие общественно-значимого факта
в) наличие аналитики
г) наличие коммерческой информации
4. ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации» был принят Государственной Думой.
а) в 1995 году
б) в 1998 году
в) в 2000 году
5. Когда вступил в силу закон о СМИ?
а) в январе 1991 года
б) в феврале 1992 года
в) в январе 1990 года
6. Как называются организации, собирающие и, как правило, на платной основе, обеспечивающие новостями СМИ, государственные, общественные и коммерческие учреждения?
а) институты общественного мнения
б) информационные агентства
в) службы мониторинга
7. Как называлась газета, появившаяся в свет при Петре Первом?
а) «Вестник»
б) «Ведомости»
в) «Известия»
8. Какое условие является обязательным при составлении пресс-релиза?
а) наличие новостей каждого района
б) наличие заголовка
в) наличие фамилии автора
9. Чему были посвящены первые газеты?
а) правительственным новостям
б) объявлениям
в) интересным событиям
10. В каком году Цай Лунь изготовил первый лист бумаги?
а) 105 н.э.
б) 115 н.э.
в) 205 н.э.
11. В каком году в Италии стали впервые делать бумагу?
а) 1276 г

б) 1376 г
в) 1235 г
12. Где в 1348 году была построена первая бумажная мельница?
а) Англия
б) Испания
в) Франция
13. До конца 18 века почти вся бумага делалась из.
а) льняного и хлопкового тряпья
б) древесной коры
в) листьев кукурузных початков
14. Кто в 1800 году построил первую бумажную фабрику, способную выпускать бумагу из древесины и соломы?
а) Стрейндж
б) Кукс
в) Шеффер
15. Производство чего в настоящее время делается из тряпичной ветоши?
а) газеты
б) открытки
в) денежные купюры
16. Соотнесите, из какого языка происходит слово «газета» и что оно обозначает.
а) немецкого 1. листок бумаги
б) итальянского 2. листок новостей
в) французского 3. мелкая разменная монета
17. Особенность репортажа заключается в.
а) справедливости
б) событийности
в) точности
18. Одной из основных характеристик репортажа является...
а) наличие проблемы
б) наличие комментатора
в) оперативность
19. К какому виду относится репортаж, транслируемый в эфир в момент совершения каких-то действий или событий?
а) фиксированный
б) прямой
в) синхронный
г) оперативный
д) событийный
20. Функции телевидения?
а) мобилизационная
б) психологическая
в) развлекательная
г) инновационная

21. В каком году началось телевизионное вещание в СССР?
а) в 1931
б) в 1940
в) в 1945
22. Кто является «отцом» современного телевидения?
а) Смирнов
б) Попов
в) Розинг
23. Кому принадлежит заслуга введения в обиход термина «телевидение»?
а) П.И. Бахметьеву
б) К.Д. Перскому
в) А.Г. Столетову
24. Когда телевидение начало свое регулярное вещание?
а) 1 октября
б) 1 ноября
в) 1 декабря
25. Основные способы передачи телевизионной информации?
а) повременной
б) фрагментарный
в) последовательный
26. Какая из функций телевидения побуждает группы общественности к определенным социальным действиям?
а) инновационная
б) информационная
в) развлекательная
г) мобилизационная
д) организационная
27. Какая дата считается днем создания радио?
а) 5 мая 1885
б) 7 мая 1895
в) 12 мая 1895
28. Какой вид СМИ характеризуется широким охватом, высокими «проникающими» способностями и высокой частотой контакта?
а) ТВ
б) журнал
в) радио
29. Основной строительный материал радиопередач?
а) записи
б) слово
в) звук
г) музыка
30. В основе взаимодействия общества и власти лежит принцип...
а) открытости
б) коллективной ответственности

в) взаимоуважения

32. Бывший спичрайтер Горбачева?

а) Александр Бовин

б) Людмила Пихоя

в) Алексей Пушков

33. Решение о выборах депутатов ГосДумы нового созыва должно быть принято не позднее, чем.

а) за 60 дней

б) за 80 дней

в) за 90 дней

34. Днем голосования является.

а) случайная дата

б) первое воскресенье месяца

в) дата, назначенная президентом

35. Лоббирование - это...

а) процесс влияния заинтересованных лиц на поставщиков с целью снижения оптовых цен

б) процесс влияния коллектива на представителей профсоюза своей организации с целью получения отчета о потраченных руководством средствах

в) процесс влияния заинтересованных лиц, групп на принятие решения властными структурами

36. С какой страной связана история лоббирования?

а) с Германией

б) с Россией

в) с Англией

г) с США

37. Лоббирование с греческого -

а) коридоры

б) лабиринты

в) перекрестки

38. Главная проблема лоббирования?

а) отсутствие законодательной базы

б) отсутствие специалистов в этой области

в) отсутствие потребителей

39. Выделяют два основных направления влияния бизнеса на правительственные круги и законодательную власть - легальные и

а) криминальные

б) экономические

в) социальные

40. С какого президента США началась история лоббирования?

а) Гранда

б) Эйзенхауэра

в) Кеннеди

41. Кто такой спичрайтер?
а) журналист
б) депутат
в) речеписец
г) оратор
д) демагог
42. В Австрии участие в голосовании на выборах является обязательным, а неучастие...
а) административно наказуемым
б) уголовно наказуемым
в) безнаказанным
43. Автор выражения: «Самой эффективной является такая власть, которая получает одобрение свободного человека»?
а) Сэм Блэк
б) Аристотель
в) Эдгар Ален
44. Устройство гармоничного общества, в котором реализовывались бы интересы всех его членов - цель.
а) бизнеса
б) гражданского общества
в) политики
45. В соответствии с Конституцией РФ в Государственную Думу Федерального Собрания РФ избирается...
а) 445 депутатов
б) 450 депутатов
в) 455 депутатов
46. С какого возраста гражданин РФ имеет право участвовать в голосовании?
а) 14
б) 18
в) 21
47. На территории каждого избирательного участка должно быть зарегистрировано .
а) не менее 3 000 избирателей
б) не более 3 000 избирателей
в) не более 3 000 избирателей
48. Чем, как правило, занят спиндоктор?
а) созданием благоприятного имиджа
б) исправлением освещения события
в) написанием политических речей
49. Что означает слово «спин»?
а) создание, становление
б) верчение, кружение
в) изображение, начертание
50. К типам работы спиндоктора относятся:

а) организация ожиданий до наступления самого события
б) помощь руководству в проведении события и отборе представителей СМИ
в) исправление проблемы после того, как интервью получило неправильное освещение
51. Какого типа использования «спина» не существует?
а) до-спин
б) после-спин
в) торнадо-спин
г) контроль-спин
52. Логичность изложения речей обеспечивает...
а) умение мыслить
б) умение говорить
в) умение анализировать
53. Носителями какого типа речевой культуры является большинство образованного населения РФ?
а) фамильярный
б) элитарный
в) среднелитературный
54. Пресс-карта - это...
а) информационная база данных
б) историческая справка
в) биография
55. Байклайнер - это...
а) информационная база данных
б) авторская статья для печати в прессе
в) вопросы-ответы
56. Кейс-история - это.
а) факт-лист
б) сообщение опыта фигуранта по решению какой-либо проблемы
в) авторская статья для печати в прессе
57. Медиакит - это.
а) пакет документов и материалов для СМИ
б) пресс-релиз
в) фоновый материал

Примеры заданий для кейсов:

Задание 1.
Ознакомьтесь с ситуацией. Оцените ее, опираясь на моральный кодекс PRSA. Как, по вашему мнению, подобная ситуация могла повлиять на свободу прессы?
Описание ситуации

Для PR-специалистов нет ничего особенного в том, чтобы проявлять заботу о средствах информации, но только на временной основе. Не так обстоит дело среди государственных служащих.

В 1978 г. всеобщее внимание привлек факт создания условий для работы средств информации в общественных местах, например, судах или законодательных собраниях штатов. Им бесплатно предоставлялись парковка, пейджинговая связь и полностью оборудованное рабочее место, включая стол, пишущую машинку, телефон и даже обслуживающий персонал. Разумеется, расходы оплачивали налогоплательщики. Такой дополнительный доход (в карман журналистам) вызвал в Вашингтоне критику средств информации и Конгресса. Внезапно везде стали присматриваться к условиям, создаваемым государственными чиновниками для прессы, к большому неудовольствию тех из них, кто отвечал именно за связи со средствами массовой информации. Эти отношения серьезно осложнились, когда репортеров выставили за дверь. Тем не менее агентства новостей могли «сохранить лицо», оплачивая пользование предоставленными им удобствами.

Задание 2.

Ознакомьтесь с ситуацией. Оцените ее, опираясь на правовые нормы, регулирующие информационную деятельность и профессиональные этические кодексы. Предложите свои решения по выходу из данного кризиса.

Описание ситуации

Газета «Все путем» опубликовала на первой полосе сообщение о болезни премьер-министра. Информация была получена почти из первых рук, в результате приватной беседы с его пресс-секретарем. После публикации начались нападки на газету и обвинения в разглашении секретных сведений. Это, по уверениям обвинителей, наносило вред государственным интересам страны. Некоторые высокопоставленные чиновники потребовали закрытия газеты и выдвигали редактору обвинения в государственной измене.

Задание 3.

3. Ознакомьтесь со стенограммой пресс-конференции президента РФ В.Путина по данной ссылке http://президент.рф/news/17173

4. Какие СМИ были аккредитованы? Проанализируйте соотношение общероссийских и региональных СМИ.

5. Составьте список актуальных для СМИ вопросов, которые обсуждались на пресс-конференции. Проанализируйте их тематику. Вопросы какого плана преобладали (социальные, политические, экономические)?

Задание 4.

Описание ситуации

Правительство Московской области проводит встречу с представителями компании «Бионорика АГ» (Германия) с участием заместителя председателя правительства Московской области – руководителя департамента промышленности и транспорта области, представителей Агентства по привлечению инвестиций и государственно-частному партнерству.

Задание к кейсу:

1. Какие документы необходимо подготовить для журналистов?
2. Напишите текст пресс-релиза для деловых СМИ.

Задание 5

Описание ситуации

Для многих городов России актуальной является проблема льгот студентов и учащихся для проезда на пассажирском муниципальном транспорте.

Задание

Проработайте схему информационного взаимодействия с муниципальной властью, в ведении которой находится решение этого вопроса. Предложите план проведения круглого стола между органами муниципальной власти, СМИ и общественными организациями.

Примерные вопросы для опроса:

1. Связи с общественностью как отдельная отрасль бизнеса, отличия PR кампаний от рекламных акций.
2. Отличия PR деятельности от журналистики. Приемы и методы журналистики, используемые в работе специалиста по связям с общественностью.
3. Сравнение стандартов образования, а также профессиональных требовании к современным российским и американским PR специалистам.
4. Анализ ресурсов, освещающих деятельность по связям с общественностью в России: основные характеристики, широта освещения проблем отрасли, формы и методы подачи информации.
5. Цель и методы осуществления профессиональной деятельности PR специалистом,
6. Проблемы морали и этики в деятельности специалиста по связям с общественностью.
7. Сходства и различия функций специалиста по связям с общественностью в государственных учреждениях и в организациях коммерческого характера.
8. Характерные черты и особенности PR деятельности в органах государственной власти и органах местного самоуправления.
9. Институт лоббирования, роль и место лоббирования при осуществлении деятельности по связям с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.
10. Характерные черты и особенности PR деятельности в государственных.
11. Связи с общественностью как отрасль бизнеса. Структура, функции, направления деятельности современного PR агентства.
12. Сравнительный анализ международных кодексов и стандартов в области деловых коммуникаций и СМИ с российской декларацией профессиональных стандартов РАСО с точки зрения целей и функций специалиста по связям с общественностью
13. Нормативная база, регулирующая деятельность специалиста по связям с общественностью в России.

14. Основные функции PR специалиста с точки зрения целей и задач связей с общественностью.
15. Формирование общественного мнения и проблемы манипуляции общественным сознанием в современной России
16. Информирование общественности - как основная функция специалиста но связям с общественностью.
17. Интернет как профессиональный инструмент в деятельности PR специалиста.
18. Интернет как средство формирования общественного мнения в современной российской действительности.

Примерная тематика рефератов:
1. Технологии построения эффективного имиджа руководителя, на примере мэрии города Москва.
2. Технологии построения эффективного имиджа руководителя, на примере коммерческой структуры.
3. Причины и условия возникновения кризисных ситуаций, типовые ошибки PR специалистов, приводящих к возникновению кризиса (на примере органов государственной власти).
4. Причины и условия возникновения кризисных ситуаций, типовые ошибки PR специалистов, приводящих к возникновению кризиса (на примере органов региональной власти).
5. PR деятельность как инструмент управления в кризисных ситуациях.
6. Способы (методы) определения целевых аудиторий.
7. Характеристики, а также способы исследования целевых аудиторий, необходимые для работы PR специалиста.
8. Формы и методы работы с целевыми аудиториями в рамках PR деятельности.
9. Коммуникационные каналы воздействия на целевые аудитории, проблемы оценки эффективности различных каналов.
10. Принципы разработки PR проектов, особенности информационных кампаний в российских СМИ.
11. Медпапланирование: сущность, понятие, необходимость использования в информационных кампаниях.
12. Принципы эффективной разработки медиаплана (на примере российских и украинских СМИ.)
13. Основные характеристики СМИ, классификация российских СМИ, специфика работы PR специалиста со СМИ.
14. Принципы организации, структура, направления деятельности PR службы (на примере Мэрии города Москва)
15. Принципы организации, структура, направления деятельности PR службы (на примере Администрации Московской области.)
16. Принципы организации, структура, направления деятельности PR службы, на примере коммерческой структуры.
17. Принципы подготовки эффективных информационных сообщений.

18. Роль и место слогана в информационном сообщении, принципы разработки эффективных слоганов.

5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Основными формами текущего контроля являются опрос, реферат, тест, кейсы.

Проверка домашних заданий регулярно осуществляется преподавателем на занятиях. Также на занятиях проводятся текущие опросы студентов. В промежуточную аттестацию включаются как теоретические вопросы, так и практические задания.

Шкала оценивания зачета

Критерии оценивания	Интервал оценивания
студент быстро и самостоятельно готовится к ответу; при ответе полностью раскрывает сущность поставленного вопроса; способен проиллюстрировать свой ответ конкретными примерами; демонстрирует понимание проблемы и высокий уровень ориентировки в ней; формулирует свой ответ самостоятельно, используя лист с письменным вариантом ответа лишь как опору, структурирующую ход рассуждения	16-20
студент самостоятельно готовится к ответу; при ответе раскрывает основную сущность поставленного вопроса; демонстрирует понимание проблемы и достаточный уровень ориентировки в ней, при этом затрудняется в приведении конкретных примеров.	11-15
студент готовится к ответу, прибегая к некоторой помощи; при ответе не в полном объеме раскрывает сущность поставленного вопроса, однако, при этом, демонстрирует понимание проблемы.	5-10
студент испытывает выраженные затруднения при подготовке к ответу, пытается воспользоваться недопустимыми видами помощи; при ответе не раскрывает сущность поставленного вопроса; не ориентируется в рассматриваемой проблеме; оказываемая стимулирующая помощь и задаваемые уточняющие вопросы не способствуют более продуктивному ответу студента.	0-4

Итоговая шкала оценивания результатов освоения дисциплины

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа обучающегося в течение освоения дисциплины, а также оценка по промежуточной аттестации.

Количество баллов	Оценка по традиционной шкале
81-100	Зачтено
61-80	Зачтено

41-60	Зачтено
0-40	Не зачтено

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти. Учебник. Под редакцией М.М. Васильевой. – М. : Юрайт, 2025.

2. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Учебник. – М. : Издательский дом «Дело» РАНХ и ГС, 2024.

3. Варакута С.А. Связи с общественностью: учеб. пособие. – М. : Инфра-М, 2025.

4. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2024.

6.2 Дополнительная литература:

1. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникайции: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике. Учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2014..

2. Кузнецов П.А. Копирайтинг, спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR технологии. - М.: Дашков и К, 2015.

3. Пирогов А.И., Мрочко Л.В., Пещеров Г.И. Паблик рилейшнз в коммуникационном процессе (теория и практика): учебное пособие. - М.: 2011.

6.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. ЭлектрEconomicus.Ru [Электронный ресурс] – образовательно-справочный сайт по экономике. – СПб. : Economicus LLC, 2001-2009. – Режим доступа: http://economicus.ru/. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

2. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.ecsocman.edu.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

3. Сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru

4. Сайты Экономикус, Аудиториум и Научно-образовательный портал содержат книги, учебники. Монографии, учебные и методологические пособия, каталогизированные по дисциплинам http://economicus.ru/, http://eup.ru/, http://www.auditorium.ru/

5. Сайт Словарей содержит словари по нескольким тематикам. http://www.glossary.ru/index.htm

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по подготовке и проведению лекционных занятий

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows
Microsoft Office
Kaspersky Endpoint Security

Информационные справочные системы:
Система ГАРАНТ
Система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных
fgosvo.ru – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования
pravo.gov.ru - Официальный интернет-портал правовой информации
www.edu.ru – Федеральный портал Российское образование

Свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства
ОМС Плеер (для воспроизведения Электронных Учебных Модулей)
7-zip
Google Chrome

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономический факультет, реализующий дисциплину «История государственного управления», располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов, дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом вуза и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Необходимый для реализации бакалаврской программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя 17 аудиторий: из них 8 аудиторий (оборудованных видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в Интернет), 17 аудиторий для проведения практических занятий (оборудованные учебной мебелью), 5 компьютерных классов.

При использовании электронных изданий образовательная организация обеспечивает каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии

с объемом изучаемых дисциплин.

Обучающиеся обеспечены доступом к сетям типа Интернет из расчета не менее одного входа на 50 пользователей.

Экономический факультет обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.