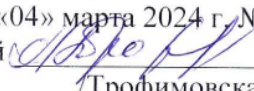


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2024 14:21:41
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bffa79172803da5b7b559fc69e2

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

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
Протокол от «04» марта 2024 г. № 8
Зав. кафедрой 
Трофимовская А.В./

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

По учебной дисциплине
Связи с общественностью в органах власти

Направление подготовки
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль:
Государственная и муниципальная служба

Квалификация
Бакалавр

Мытищи
2024

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

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в ко-манде.	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

1.2. 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: - теорию информации и коммуникации, организацию информационно-коммуникационной деятельности Уметь - решать вопросы разработки и реализации медиаполитики и медиавоздействия на целевую аудиторию	Кейсы Опрос Презентация Реферат	Шкала оценивания кейса Шкала оценивания опроса Шкала оценивания презентации Шкала оценивания реферата
	Продвинутый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: - Теорию информации и коммуникации, организацию информационно-коммуникационной деятельности Уметь -решать вопросы разработки и	Кейсы Опрос Презентация Реферат	Шкала оценивания кейса Шкала оценивания опроса Шкала оценивания презентации Шкала оценивания реферата

			реализации медиаполитики и медиавоздействия на целевую аудиторию Владеть -навыками социального взаимодействия и реализовывать свою роль в команде		
ОПК -7	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: - теорию информации и коммуникации, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах Уметь: -использовать профессиональные знания для реализации принципов коммуникативной компетенции	Кейсы Опрос Презентация Реферат	Шкала оценивания кейса Шкала оценивания опроса Шкала оценивания презентации Шкала оценивания реферата
	Продвинутый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: - теорию информации и коммуникации, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах Уметь: -использовать профессиональные знания для реализации принципов коммуникативной компетенции	Кейсы Опрос Презентация Реферат	Шкала оценивания кейса Шкала оценивания опроса Шкала оценивания презентации Шкала оценивания реферата

			Владеть: - навыками осуществления внутриорганизацио нных и межведомственных коммуникаций, навыками обеспечения взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.		
--	--	--	---	--	--

Шкала оценивания реферата

Критерии оценивания	Интервал оценивания
1. Степень раскрытия темы	0-3
2. Личный вклад автора	0-3
3. Структурированность материала	0-3
4. Постраничные ссылки	0-2
5. Объем и качество используемых источников	0-3
6. Оформление текста и грамотность речи	0-3
7. Защита <i>реферата</i>	0-3

Шкала оценивания опроса

Критерии оценивания	Интервал оценивания
1. Самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщать, выводы	16-20
2. Самостоятельно, уверенно и безошибочно применяет полученные знания в решении проблем на творческом уровне	11-15
3. Умеет составить полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами, фактами	6-10
4. Понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей	0-5

Шкала оценивания презентации

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

Шкала оценивания кейса

Критерии оценивания	Интервал оценивания
1. Самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщать, выводы	13-20
2. Самостоятельно, уверенно и безошибочно применяет полученные знания в решении проблем на творческом уровне	8-12
3. Умеет составить полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами, фактами	5-7
4. Понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей	0-5

1.3. Типовые контрольные задания или иные материалы необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Примерные темы рефератов

1. Научные основы формирования службы PR в политической сфере.
2. Прогнозно-целевой подход к формированию структуры службы связей с общественностью в политике.
3. Методика подготовки и проведения брифингов и пресс-конференций: роль службы PR.
4. Методологические особенности проведения контент-анализа публикаций прессы по политическим проблемам.
5. Конституционно-правовой статус Российской Федерации.
6. Служба связей с общественностью в федеральных органах власти Российской Федерации.
7. Служба связей с общественностью в органах государственной власти субъектов Российской Федерации: методика организации работы.
8. Деятельность службы связей с общественностью в органах местного самоуправления.
9. Методика формирования оптимальной модели службы PR муниципального уровня.
10. Аналитическая, планировочная, координирующая, административная, производственная функции службы связей с общественностью в политической сфере.

11. Роль службы связей с общественностью в организации личного приема граждан и встреч должностных лиц с населением.
12. Деятельность службы PR по установлению «обратной связи» между органами государственной власти и населением.
13. Политические партии, общественно-политические организации современной России.
14. Служба связей с общественностью политических партий и общественно-политических организаций.
15. Служба PR и пресса: организационный и этический аспекты проблемы.
16. Избирательное право и его реализация в Российской Федерации.
17. Информационно-аналитическое сопровождение избирательной компании и работа службы связей с общественностью.
18. Организационно-методические приемы работы службы PR на различных этапах избирательного процесса.
19. Политический маркетинг.
20. Работа службы PR на муниципальных выборах.
21. Имидж как категория Public Relations.
22. Имидж политического деятеля.
23. Методика формирования, актуализации, фиксации и корректировки имиджа политической партии.
24. Политическая реклама и деятельность службы связей с общественностью в политической сфере.
25. Политический PR: мое видение проблемы

Примерные темы презентаций

1. Формы и методы работы пресс-служб (информационных служб) государственных учреждений.
2. Особенности работы пресс-секретаря.
3. PR и средства массовой информации. Общие правила отношений со СМИ.
4. Виды PR-материалов, подготавливаемых для СМИ. Основные журналистские жанры.
5. Мониторинг СМИ.
6. Подготовка пресс-релиза.
7. Управление информационными потоками.
8. Создание и усиление новости.
9. Приемы работы с тестовыми материалами.
10. Приемы манипулирования сознанием аудитории.
11. Понятие и структура плана PR-кампании.
12. Подготовительный этап проведения PR-кампании.
13. Концепция PR-кампании.
14. Реализация и оценка результативности PR-кампании.
15. Цель, задачи, структура отделов (управлений) по работе с населением и общественными организациями. Проблемы деятельности.
16. Взаимодействие органов местного самоуправления и некоммерческих организаций.
17. Этапы планирования деятельности, формы практической работы с различными группами общественности.
18. Специальные события: композиции, порядок освещения специальных событий.
19. Проведение мероприятий с участием СМИ.
20. Организация специальных акций как способ создания информационных поводов для СМИ

Примерные кейсы

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.

Примерный перечень вопросов к опросу

1. Роль и место PR-технологий в органах власти
2. Основные принципы работы службы PR в органах власти
3. История становления системы связей с общественностью в органах власти в России.
4. Участие PR-служб в структуре государственного управления в работе с населением
5. Направления развития российского PR-сообщества.
6. Использование средств PR при формировании имиджа политиков
7. Взаимосвязь паблисити, имиджа, репутации в коммуникационной политике служб PR органов власти.
8. Организация «горячей линии», «Бюро претензий» для развития контактов с гражданами в органах федерального управления.
9. Использование средств PR при продвижении политической информации.
10. Формирование паблисити и построение репутации партии в отношениях с избирателями.
11. Соотношение между PR и пропагандой. Черный PR.
12. Использование Интернета в отношениях с гражданами.
13. Создание и поддержание политических мифов в коммуникациях средствами PR.
14. Деловое общение как элемент паблисити.
15. Роль стереотипов в развитии коммуникаций органов власти с населением.
16. Использование рейтингов в коммуникационной политике
17. Специфика PR-деятельности органов власти в Интернете.
18. Проведение специальных мероприятий для повышения политической привлекательности государственной организации
19. Критерии оценки материалов для СМИ с точки зрения PR-специалистов органов власти.
20. Объекты и инструменты лоббирования
21. Правовые основы связей с общественностью.
22. Целевые группы воздействия на общественное мнение
23. Принципы взаимоотношений PR-специалистов органов власти с журналистами.
24. Использование авторитета лидеров общественного мнения в лоббизме
25. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Связи с общественностью: понятие, подходы к содержанию.
2. Специфика связей с общественностью в органах власти.
3. Классификация этапов развития связей с общественностью.
4. Опыт связей с общественностью в США.
5. Становление связей с общественностью в России.
6. Отличие рекламной деятельности от связей с общественностью в органах власти.
7. Различия агитации, пропаганды и связей с общественностью в органах власти.
8. Лоббизм и его отличия от связей с общественностью.

9. Личный прием граждан должностными лицами: понятие, особенности, алгоритм личного приема.
10. Деятельность общественных приемных государственных органов: понятие общественной приемной, структура и особенности функционирования.
11. Общественные (публичные) слушания: понятие, правовые основы, особенности проведения на региональном и муниципальном уровне.
12. Формы осуществления населением местного самоуправления: местный референдум, муниципальные выборы, голосование, сход граждан, правотворческая инициатива граждан, ТОС, собрания граждан, конференция граждан.
13. Правовые основы работы с обращениями граждан в Российской Федерации. Работа с устными обращениями. Правила общения по телефону. Прямые линии, горячие линии органов власти. Телефоны доверия.
14. Работа с письменными обращениями граждан: этапы, сроки рассмотрения.
15. Понятие и сущность государственных услуг.
16. Государственные услуги и административная реформа
17. Многофункциональные центры: понятие, история создания, задачи. Межведомственное взаимодействие.
18. Особенности, проблемы и эффективность взаимодействия органов власти со средствами массовой информации
19. Функции специалистов и подразделений органов власти по связям с общественностью
20. Формы взаимодействия органов власти со средствами массовой информации: интервью, пресс-конференции, брифинги, пресс-релизы
21. Подготовка текстов для публичных выступлений: этапы работы над текстом, подготовка текстов выступлений для разных типов коммуникации
22. Правила публичного выступления: подготовка к выступлению, непосредственно публичное выступление, обеспечение обратной связи
23. Понятие и сущность электронного правительства - «Электронная Россия»
24. Примеры информационных ресурсов органов власти: федеральные информационные ресурсы, информационные ресурсы субъектов РФ
25. Использование социальных медиа органами власти.
26. Открытость государственного управления и органов власти. Применение принципов открытости в органах власти.
27. Применение принципов открытости в экономической сфере.
28. Общественные палаты, общественные советы и комиссии.
29. Применение технологий краудсорсинга в государственном управлении.

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

Основными формами текущего контроля являются опрос, реферат, кейс, презентация.

Максимальное количество баллов, которое может набрать студент в течение семестра за различные виды работ – 80 баллов.

Максимальная сумма баллов, которые может получить студент на зачете – 20 баллов.

Максимальная сумма баллов студентов по изучаемой дисциплине составляет 100 баллов.

Соотношение вида работ и количества баллов в рамках процедуры оценивания

Вид работы	количество баллов
Кейсы	до 20 баллов
Опрос	до 20 баллов
Презентация	до 20 баллов
Реферат	до 20 баллов
Зачет	до 20 баллов

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.	6-10
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.	0-5

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.

Баллы, полученные студентом по текущему контролю и промежуточной аттестации	Оценка в традиционной системе
41 - 100	Зачтено
0 - 40	Не зачтено