МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

Документ подписан электронной подписью
Сертификат: a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c
Владелец: Сенченко Павел Васильевич
Действителен: с 17.09.2019 по 16.09.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Связи с общественностью в органах государственной власти

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **38.03.04 Государственное и муниципальное управление**
Направленность (профиль) / специализация: **Административное и территориальное управление**
Форма обучения: **заочная**
Факультет: **ЗиВФ, Заочный и вечерний факультет**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **4, 5**
Семестр: **8, 9**
Учебный план набора 2020 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	8 семестр	9 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	4	4	8	часов
2	Практические занятия	4	8	12	часов
3	Всего аудиторных занятий	8	12	20	часов
4	Самостоятельная работа	28	92	120	часов
5	Всего (без экзамена)	36	104	140	часов
6	Подготовка и сдача зачета	0	4	4	часов
7	Общая трудоемкость	36	108	144	часов
				4.0	З.Е.

Контрольные работы: 9 семестр - 1
Зачёт с оценкой: 9 семестр

Томск

Согласована на портале № 50512

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 332 от « 10 » 12 2019 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

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

Разработчик:

старший преподаватель каф. АОИ _____ Н. В. Ермакова

Заведующий обеспечивающей каф. АОИ _____ А. А. Сидоров

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан ЗиВФ _____ И. В. Осипов

Заведующий выпускающей каф. АОИ _____ А. А. Сидоров

Эксперты:

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

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

Согласована на портале № 50512

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

формирование у студентов теоретических знаний в области связей с общественностью, а также практических навыков эффективного взаимодействия представителей органов государственной власти и местного самоуправления с различными целевыми аудиториями.

1.2. Задачи дисциплины

– освоение основополагающих понятий теории связей с общественностью в соответствии с классической моделью коммуникационного процесса;

– освоение современных технологий коммуникационного менеджмента в деятельности органов власти, политике, особенностей работы PR-служб в кризисных ситуациях;

– формирование практических навыков применения современных методов управления коммуникациями в сфере государственного и муниципального управления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Связи с общественностью в органах государственной власти» (Б1.Б.03.12) относится к блоку 1 (базовая часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Деловые коммуникации, Маркетинг территорий, Социальная психология.

Последующими дисциплинами являются: Организация деятельности органа управления.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

– **знать** принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом; способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения;

– **уметь** анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений; собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство;

– **владеть** практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью; технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей; навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры	
		8 семестр	9 семестр
Аудиторные занятия (всего)	20	8	12
Лекции	8	4	4
Практические занятия	12	4	8
Самостоятельная работа (всего)	120	28	92
Подготовка к коллоквиуму	2	0	2

Согласована на портале № 50512

Выполнение домашних заданий	26	0	26
Проработка лекционного материала	7	3	4
Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	63	21	42
Подготовка к практическим занятиям, семинарам	18	4	14
Выполнение контрольных работ	4	0	4
Всего (без экзамена)	140	36	104
Подготовка и сдача зачета	4	0	4
Общая трудоемкость, ч	144	36	108
Зачетные Единицы	4.0		

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

Названия разделов дисциплины	Лек., ч	Прак. зан., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
8 семестр					
1 Связи с общественностью (Public Relations) как социальный феномен	2	2	7	11	ОПК-4
2 Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью	1	0	2	3	ОПК-4
3 Общественность и общественное мнение	0	2	6	8	ОПК-4
4 Особенности массовой коммуникации	1	0	7	8	ОПК-4
5 Взаимодействие с представителями средств массовой информации (СМИ)	0	0	6	6	ОПК-4
Итого за семестр	4	4	28	36	
9 семестр					
6 Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	1	1	5	7	ОПК-4
7 Планирование и реализация программ по связям с общественностью	0	2	22	24	ОПК-4
8 Связи с общественностью в органах власти	1	2	15	18	ОПК-4
9 Управление имиджем и репутацией	1	1	17	19	ОПК-4
10 Организация и проведение предвыборных кампаний	0	1	16	17	ОПК-4
11 Коммуникации в условиях кризиса	1	1	11	13	ОПК-4
12 Правовые и этические основы	0	0	6	6	ОПК-4

Согласована на портале № 50512

деятельности по связям с общественностью					
Итого за семестр	4	8	92	104	
Итого	8	12	120	140	

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

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

Таблица 5.2 – Содержание разделов дисциплин (по лекциям)

Названия разделов	Содержание разделов дисциплины (по лекциям)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
8 семестр			
1 Связи с общественностью (Public Relations) как социальный феномен	Социальные, экономические и политические причины современных форм связей с общественностью (паблик рилейшнз) в XX веке. Роль PR в системе современного гражданского общества и рыночной экономики. Предмет и объект дисциплины. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «коммуникация». PR как технология управления. Функции PR. Сферы функционирования связей с общественностью.	2	ОПК-4
	Итого	2	
2 Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью	Ранние исторические формы коммуникаций. Зарождение политического, государственного и коммерческого PR. Американский опыт развития связей с общественностью. Вклад А.Ли, Э. Бернайза, У. Липпмана в развитие теории и практики PR. Становление российского рынка PR-услуг в России	1	ОПК-4
	Итого	1	
4 Особенности массовой коммуникации	Определение коммуникации.Модель коммуникации. Главные компоненты коммуникации: содержание сообщения (послания), средство (канал) передачи сообщения (СМИ и естественная коммуникация). Особенности массовой коммуникации.Использование различных видов коммуникации в PR:: печатные СМИ, телевидение и радио, телефон и сотовая связь, Интернет и др.	1	ОПК-4
	Итого	1	
Итого за семестр		4	
9 семестр			
6 Информационная политика органов	Роль информации в государственном управлении. Определение понятий	1	ОПК-4

Согласована на портале № 50512

государственной власти и местного самоуправления	информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. Органы исполнительной власти, осуществляющие информационную политику на федеральном и региональном уровне. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ		
	Итого	1	
8 Связи с общественностью в органах власти	Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Отличия управления общественными отношениями в органах власти по целям, критериям эффективности, ресурсам от управления общественными отношениями в коммерческом секторе. Целевые аудитории органов власти. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления	1	ОПК-4
	Итого	1	
9 Управление имиджем и репутацией	Содержание понятия «имидж». Функции и свойства имиджа. Задачи и проблемы формирования имиджа органов власти и управления. Основные составляющие имиджа органа власти и технологии его формирования. Стратегии защиты репутации и имиджа органа власти. Технологии продвижения и защиты имиджа политика.	1	ОПК-4
	Итого	1	
11 Коммуникации в условиях кризиса	Понятие «кризис», этапы его развития. Типология кризисов. Особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Разработка программ реагирования на кризис. Планирование коммуникационного процесса на случай возникновения кризиса. Особенности управления информацией во время кризисов. Правила поведения должностных лиц в условиях кризиса.	1	ОПК-4

Согласована на портале № 50512

	Работа с последствиями кризиса		
	Итого	1	
Итого за семестр		4	
Итого		8	

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

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

Таблица 5.3 – Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Предшествующие дисциплины												
1 Деловые коммуникации								+	+			
2 Маркетинг территорий				+			+		+			
3 Социальная психология	+		+	+					+			
Последующие дисциплины												
1 Организация деятельности органа управления						+		+				

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

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

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

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

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП.

7. Лабораторные работы

Не предусмотрено РУП.

8. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 8.1.

Таблица 8.1 – Наименование практических занятий (семинаров)

Названия разделов	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции

Согласована на портале № 50512

8 семестр			
1 Связи с общественностью (Public Relations) как социальный феномен	Связи с общественностью (Public Kelations) как социальный феномен	2	ОПК-4
	Итого	2	
3 Общественность и общественное мнение	Общественность и общественное мнение	2	ОПК-4
	Итого	2	
Итого за семестр		4	
9 семестр			
6 Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	Цели и функции служб по связям с общественностью органов государственной и муниципальной власти	1	ОПК-4
	Итого	1	
7 Планирование и реализация программ по связям с общественностью	Планирование и реализация программ по связям с общественностью	2	ОПК-4
	Итого	2	
8 Связи с общественностью в органах власти	Цели и функции служб по связям с общественностью органов государственной и муниципальной власти» Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти	2	ОПК-4
	Итого	2	
9 Управление имиджем и репутацией	Основные компоненты имиджа государственной власти: технологии и методы его продвижения	1	ОПК-4
	Итого	1	
10 Организация и проведение предвыборных кампаний	Организация и проведение информационных / предвыборных кампаний	1	ОПК-4
	Итого	1	
11 Коммуникации в условиях кризиса	Антикризисные связи с общественностью	1	ОПК-4
	Итого	1	
Итого за семестр		8	
Итого		12	

9. Самостоятельная работа

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

Таблица 9.1 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
8 семестр				
1 Связи с общественностью	Подготовка к практическим занятиям,	2	ОПК-4	Выступление (доклад) на

Согласована на портале № 50512

(Public Relations) как социальный феномен	семинарам			занятии, Зачёт с оценкой, Опрос на занятиях, Тест
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	4		
	Проработка лекционного материала	1		
	Итого	7		
2 Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	1	ОПК-4	Зачёт с оценкой, Опрос на занятиях, Тест
	Проработка лекционного материала	1		
	Итого	2		
3 Общественность и общественное мнение	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Зачёт с оценкой, Опрос на занятиях, Тест
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	4		
	Итого	6		
4 Особенности массовой коммуникации	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	6	ОПК-4	Зачёт с оценкой, Конспект самоподготовки, Тест
	Проработка лекционного материала	1		
	Итого	7		
5 Взаимодействие с представителями средств массовой информации (СМИ)	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	6	ОПК-4	Зачёт с оценкой, Тест
	Итого	6		
Итого за семестр		28		
9 семестр				
6 Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Выступление (доклад) на занятии, Зачёт с оценкой, Коллоквиум, Опрос на занятиях, Тест
	Проработка лекционного материала	1		
	Подготовка к коллоквиуму	2		
	Итого	5		
7 Планирование и	Подготовка к	2	ОПК-4	Выступление

Согласована на портале № 50512

реализация программ по связям с общественностью	практическим занятиям, семинарам			(доклад) на занятии, Домашнее задание, Зачёт с оценкой, Конспект самоподготовки, Тест
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	8		
	Выполнение домашних заданий	12		
	Итого	22		
8 Связи с общественностью в органах власти	Выполнение контрольных работ	4	ОПК-4	Зачёт с оценкой, Контрольная работа, Опрос на занятиях, Тест
	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	4		
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	6		
	Проработка лекционного материала	1		
	Итого	15		
9 Управление имиджем и репутацией	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Выступление (доклад) на занятии, Домашнее задание, Зачёт с оценкой, Тест
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	8		
	Проработка лекционного материала	1		
	Выполнение домашних заданий	6		
	Итого	17		
10 Организация и проведение предвыборных кампаний	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Домашнее задание, Зачёт с оценкой, Опрос на занятиях, Тест
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	6		
	Выполнение домашних заданий	8		
	Итого	16		
11 Коммуникации в условиях кризиса	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-4	Зачёт с оценкой, Опрос на занятиях, Тест

Согласована на портале № 50512

	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	8		
	Проработка лекционного материала	1		
	Итого	11		
12 Правовые и этические основы деятельности по связям с общественностью	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	6	ОПК-4	Выступление (доклад) на занятии, Зачёт с оценкой, Конспект самоподготовки, Тест
	Итого	6		
Итого за семестр		92		
	Подготовка и сдача зачета	4		Зачёт с оценкой
Итого		124		

10. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено РУП.

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

Рейтинговая система не используется.

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Юрайт, 2020. — 366 с. — Режим доступа: https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-450085#page/1 (дата обращения: 30.03.2021).

2. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — М. : Юрайт, 2020. — 267 с. — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/454152 (дата обращения: 30.03.2021).

3. Деловые коммуникации в государственном и муниципальном управлении [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / А. С. Никитина, Н. Г. Чевтаева, С. А. Ваторопин, А. С. Ваторопин. — М.: Юрайт, 2021. — 171 с. — Режим доступа: https://urait.ru/viewer/delovye-kommunikacii-v-gosudarstvennom-i-municipalnom-upravlenii-467374#page/1 (дата обращения: 30.03.2021).

12.2. Дополнительная литература

1. Связи с общественностью как социальная инженерия [Электронный ресурс]: учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2020. — 351 с. — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/453280 (дата обращения: 30.03.2021).

2. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата / А.А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2018. — Режим доступа: https://urait.ru/viewer/organizaciya-i-provedenie-kampaniy-v-sfere-svyazey-s-obschestvennostyu-410182#page/1 (дата обращения: 30.03.2021).

3. .Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба [Электронный ресурс]: учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2020. — 294 с. — Режим доступа: https://urait.ru/viewer/sovremennaya-press-sluzhba-447084#page/1 (дата обращения: 30.03.2021).

Согласована на портале № 50512

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Связи с общественностью в органах государственной власти [Электронный ресурс]: Методические указания к практическим занятиям и организации самостоятельной работы / Н. В. Ермакова - 2018. 30 с. — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8503 (дата обращения: 30.03.2021).

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

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

12.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины и требуемое программное обеспечение

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

13.1.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

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

13.1.2. Материально-техническое и программное обеспечение для практических занятий

Лаборатория «Программная инженерия»

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

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

Описание имеющегося оборудования:

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

Программное обеспечение:

– Google Chrome

Согласована на портале № 50512

– Microsoft Windows 10

Лаборатория «Бизнес-информатика»

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

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

Описание имеющегося оборудования:

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

Программное обеспечение:

– Google Chrome
– Microsoft Windows 10

13.1.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

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

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

Состав оборудования:

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

Перечень программного обеспечения:

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

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

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

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

При занятиях с обучающимися **с нарушениями зрениями** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

Согласована на портале № 50512

При занятиях с обучающимися **с нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

14. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

14.1. Содержание оценочных материалов и методические рекомендации

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

14.1.1. Тестовые задания

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

а) конкретное задание, которое должно быть выполнено в определенный период;
б) биографию руководителя / основателя организации;
в) описание направлений развития, ценностей, определение общественного смысла деятельности организации;
г) контактную информацию об организации.

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

а) управление информацией подразумевает абсолютный контроль над ней, например, наложение полного запрета на обнародование в СМИ той информации об организации, которая не устраивает руководство;
б) управление информацией подразумевает, что организация, не пытаясь поставить под свой контроль всю информацию о себе, должна сделать все, чтобы информации позитивной было существенно больше, чем негативной;
в) предлагаемая организацией информация должна носить узкокорпоративный характер;
г) специалисту по связям с общественностью следует добиваться того, чтобы все сведения, которые были предоставлены в распоряжение журналиста, были бы опубликованы.

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

а) повествование в пресс-релизе строится от первого лица;
б) главная новость в пресс-релизе должна быть только одна, все остальные новости подчиняются ей;
в) первый абзац должен состоять из 8-10 предложений;
г) самая главная информация пресс-релиза должна быть собрана в последнем абзаце.

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

а) пресс-релиз;
б) заявление для прессы;
в) факт-лист;
г) пресс-кит.

5. Руководитель предприятия посчитал нужным опровергнуть недостоверную информацию о деятельности его предприятия, появившуюся в СМИ. Какой документ в этом случае следует

Согласована на портале № 50512

составить сотрудникам пресс-службы?

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

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

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

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

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

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

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

9. Что можно отнести к внутренней информации?

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

10. При планировании каких действий может применяться формула RACE?

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

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

а) достаточный бюджет;
б) поддержку иностранного капитала;

Согласована на портале № 50512

в) высокую степень доверия населения;
г) многоканальные коммуникации.

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

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

13. В каком случае следует провести пресс-конференцию?

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

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

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

15. Что не входит в перечень направлений деятельности служб по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления?

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

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

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

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

а) презентацию;

Согласована на портале № 50512

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

18. Что относится к первому этапу формирования имиджа?

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

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

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

20. Что означает понятие «директ-мэйл»?

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

14.1.2. Темы опросов на занятиях

1. Основные подходы к пониманию сущности PR. Смежные виды деятельности, сходства и отличия.
2. История развития связей с общественностью как профессии.
3. Общественность и общественное мнение.
4. Планирование и реализация программ по связям с общественностью.
5. Коммуникации в условиях кризиса.
6. Организация и проведение предвыборных кампаний.

14.1.3. Темы коллоквиумов

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

14.1.4. Темы домашних заданий

Тема: Разработка кампании по связям с общественностью

Задание: разработать по плану PR-кампанию: территории (области, города), любой организации, товара или услуг, общественного или политического лидера с целью овладения PR-технологиями и приобретения навыков самостоятельной реализации информационной кампании.

Тема: Создание и поддержание политических мифов в коммуникациях средствами PR

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

Тема: Использование средств PR при продвижении политической информации

Задание: Разработать план подачи базовой информации для избирателей: информация

Согласована на портале № 50512

общего (ознакомительного) плана; блок специальных вопросов; составление программы и организация встречи руководителей с населением.

14.1.5. Вопросы на самоподготовку

Раздел 1. Связи с общественностью (PR) как социальный феномен

1. Смежные виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, маркетинг, лоббирование и др.): сходства и отличия.
2. Основные принципы PR-деятельности.
3. Направления деятельности по связям с общественностью.

Раздел 2. Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью

Исторические модели PR-коммуникаций.

Раздел 3. Общественность и общественное мнение

1. Виды общественности в зависимости от характера коммуникационного поведения. Определение ключевых групп общественности и целевых аудиторий. Внутренняя и внешняя общественность.
2. Типология групп общественности. Психографические подходы к типологизации групп общественности.
3. Общественное мнение: понятие и структура.
4. Закономерности общественного мнения.
5. Методы изучения общественного мнения.
6. Работа с лидерами общественного мнения.

Раздел 4. Особенности массовой коммуникации.

1. Использование различных видов коммуникации в PR:: печатные СМИ, телевидение и радио, телефон и сотовая связь, Интернет и др.
2. Социальные стереотипы в массовой коммуникации.
3. Основные направления исследований массовой коммуникации.

Раздел 5. Взаимодействие с представителями средств массовой информации (СМИ)

1. Классификации средств массовой информации.
2. Новость и ньюсмейкинг в деятельности по связям с общественностью.
3. Управление информацией и спин-докторинг.
4. Устные и письменные формы взаимодействия с представителями СМИ.
5. Медиапланирование.
6. Выступление в СМИ в качестве представителя организации.

Раздел 7. Планирование и реализация программ по связям с общественностью (PR-кампаний)

1. Причины проведения информационно-пропагандистских кампаний
2. Типология PR-кампаний (по продолжительности, по масштабу реализации, по характеру и тактике реализации, по содержанию).
3. 4 основных этапа PR-кампании (формула RACE).
4. Основные компоненты PR-кампании (тема или слоган, цели и задачи, целевые аудитории, ключевые сообщения, стратегия и тактика, график, бюджет).
5. Первый этап: исследование. Виды исследований, используемых в деятельности по связям с общественностью (SWOT-анализ, анкетирование, фокус-группы, контент-анализ и другие).
6. Средства PR-деятельности.
7. Специальные события, их виды и значение в PR-деятельности (презентации, выставки и ярмарки, фестивали и др.)
8. Оценка эффективности кампании по связям с общественностью.

Согласована на портале № 50512

Раздел 8. Связи с общественностью в органах власти

1. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти. Интернет-порталы органов государственной власти и местного самоуправления.
2. Пресс-служба, ее функции и направления. Состав пресс-службы.
3. Основные материалы, предоставляемые прессе.
4. Формирование аудитории представителей СМИ. Аккредитация журналистов при органах власти.
5. Организация специальных мероприятий в сфере правительственных связей с общественностью.

Раздел 9. Управление имиджем и репутацией.

1. Структура и слагаемые персонального имиджа лидера.
2. Технологии продвижения и защиты имиджа политика (с примерами).
3. Слагаемые имиджа и репутации региона, муниципального образования. Стратегии их формирования.
4. Имидж государства и его влияние на экономическое развитие и геополитическое положение страны.
5. Понятия «международный имидж», «внешнеполитический имидж», «имидж страны».
6. Международный имидж России: стратегия формирования.

Раздел 10. Организация и проведение предвыборных кампаний

1. Виды и формы общественных кампаний.
2. Планирование, определение бюджета кампании. Функции руководителя кампании.
3. Штаб кампании и распределение ролей. Информационное и социологическое сопровождение кампании.
4. Понятие предвыборной кампании в контексте использования PR-ресурсов.
5. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората. Реализация стратегии и тактики избирательной кампании.
6. Встречи с избирателями и работа с лидерами общественного мнения. Приемы персонализации обращений к населению.

Раздел 11. Коммуникации в условиях кризиса

1. Разработка программ реагирования на кризис.
2. Планирование коммуникационного процесса на случай возникновения кризиса.
3. Особенности управления информацией во время кризисов.
4. Правила поведения должностных лиц в условиях кризиса.
5. Нейтрализация слухов и недостоверной информации.

Раздел 12. Правовые и этические основы деятельности по связям с общественностью

1. Законодательное регулирование в сфере связей с общественностью в России и за рубежом.
2. Основные положения «Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью».
3. Основные положения Закона РФ «О средствах массовой информации».

14.1.5. Темы опросов на занятиях

1. Основные подходы к пониманию сущности PR. Смежные виды деятельности, сходства и отличия.
2. История развития связей с общественностью как профессии.
3. Общественность и общественное мнение.
4. Виды и реализация государственных программ по связям с общественностью.
5. Направления деятельности по связям с общественностью в органах власти.
6. Коммуникации в условиях кризиса.
7. Организация и проведение предвыборных кампаний.

Согласована на портале № 50512

14.1.6. Темы докладов

1. Американский опыт развития деятельности по связям с общественностью.
2. Становление российского рынка PR-услуг в России.
3. Исторические модели PR-коммуникаций.
4. Ситуационная теория общественности Дж. Грюнига.
5. Основные компоненты PR-кампании.
6. Технология организации специальных мероприятий
7. Исследования в деятельности по связям с общественностью.
8. Оценка эффективности PR-кампании.
9. Государственное регулирование деятельности СМИ: зарубежный и российский опыт.
10. Виды кодексов профессионального поведения специалистов по связям с общественностью.
11. Слагаемые имиджа и репутации региона, муниципального образования.
12. Международный имидж России: стратегии формирования.

14.1.7. Темы контрольных работ

Связи с общественностью в органах власти.

14.1.8. Вопросы для зачёта с оценкой

1. Деятельность по связям с общественностью как коммуникационный менеджмент. Множественность определений PR. Основные понятия дисциплины

2. Функции и основные направления PR-деятельности.

3. PR и смежные сферы деятельности.

4. PR – реклама – пропаганда: сходство и различия.

5. Связи с общественностью – происхождение и развитие.

6. Связи с общественностью в современной России: хронология развития, основные тенденции.

7. Задачи государственной информационной политики.

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

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

10. Способы сегментирования общественности в теории PR.

11. Особенности формирования общественного мнения и способы управления им.

12. Менеджмент паблик рилейшнз (PR-кампания и ее составляющие). Типология PR-кампаний.

13. Методы исследования общественного мнения.

14. Планирование и программирование PR-деятельности.

15. Оценка эффективности ПР-деятельности.

16. Специальные мероприятия в связях с общественностью.

Согласована на портале № 50512

17. Характеристика основных средств PR.

18. Практическая типология СМИ.

19. Механизм управления информацией.

20. Новость и ньюсмейкинг в связях с общественностью.

21. Способы налаживания коммуникации со СМИ.

22. Правила составления и распространения пресс-релизов.

23. Использование медиадокументов в связях со СМИ.

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

25. Мероприятия для журналистов.

26. Специфика проведения пресс-конференции (брифинга).

27. Власть – население: формы работы, обратная связь.

28. Взаимодействие органов власти с политическими партиями и движениями, некоммерческими организациями.

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

30. Коммуникации в кризисных ситуациях.

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

32. Имидж: общая характеристика, функции имиджа.

33. Механизм формирования имиджа.

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

35. Задачи российских служб по связям с общественностью в органах власти.

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

37. Специфика и задачи социальной рекламы.

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

39. Критерии отбора составляющих имиджа, разработка его базовых характеристик.

40. Технологии формирования имиджа власти.

41. Методология и методика проведения мониторинга.

Согласована на портале № 50512

42. Лоббирование как механизм работы с органами власти.

43. Виды и формы общественных кампаний.

44. PR в политике. Этапы избирательной кампании. Основные направления деятельности.

45. Планирование предвыборной кампании.

46. Основные технологии формирования политических предпочтений избирателя.

47. Выступление в СМИ в роли представителя организации.

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

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

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

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

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

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

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами исходя из состояния обучающегося на момент проверки

14.3. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной форме;
- в печатной форме с увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- методом чтения ассистентом задания вслух;
- предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на

Согласована на портале № 50512

подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге;
- набор ответов на компьютере;
- набор ответов с использованием услуг ассистента;
- представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Согласована на портале № 50512