

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

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

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УР

_____ П.Е. Троян

«___» _____ 2017 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ**

Уровень основной образовательной программы: **бакалавриат**

Направление подготовки: **38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»**

Форма обучения: **очная**

Факультет систем управления (ФСУ)

Кафедра автоматизации обработки информации (АОИ)

Учебный план набора 2015 г.

Курс 3, семестр 5

Распределение рабочего времени

| Виды учебной работы | Семестр 5 | Всего | Единицы |
|---|-------------------------|------------|---------|
| 1. Лекции | 18 | 18 | часов |
| 2. Лабораторные работы | <i>Не предусмотрено</i> | | |
| 3. Практические занятия | 36 | 36 | часов |
| 4. Курсовой проект/работа (КРС) (аудиторная) | <i>Не предусмотрено</i> | | |
| 5. Всего аудиторных занятий (сумма 1-3) | 54 | 54 | часов |
| 6. Из них в интерактивной форме | 17 | 17 | часов |
| 7. Самостоятельная работа студентов (СРС) | 54 | 54 | часов |
| 8. Всего (без экзамена) (сумма 5,7) | 108 | 108 | часов |
| 9. Самостоятельная работа на подготовку, сдачу экзамена | 36 | 36 | часов |
| 10. Общая трудоемкость (сумма 8, 9) | 144 | 144 | часов |
| (в зачетных единицах) | 4 | 4 | ЗЕТ |

Экзамен — 5 (пятый) семестр

Томск 2017

Лист согласований

Рабочая программа по дисциплине «Связи с общественностью в органах государственной власти» составлена с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ 10.12.2014 г. № 1567.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «____» _____ 2017 г. протокол № ____.

Разработчики

Ст. преподаватель каф. АОИ _____ Ермакова Н.В.

Рабочая программа согласована с факультетом, профилирующей и выпускающей кафедрами направления подготовки (специальности).

Декан ФСУ _____ Сенченко П.В.

Зав. профилирующей
выпускающей кафедрой _____ Ехлаков Ю.П.

Методист кафедры АОИ _____ Коновалова Н.В.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» является 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.

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.В.ОД.14) относится к обязательным дисциплинам вариативной части ОПОП по направлению 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление».

Дисциплина базируется на знаниях, полученных в ходе изучения таких дисциплин, как «Социология», «Социальная психология», «Психология».

Результаты образовательной деятельности, полученные в ходе освоения дисциплины, могут быть использованы при изучении курса «Основы государственного и муниципального управления», а также для подготовки и защиты выпускной квалификационной работы студентов направления «Государственное и муниципальное управление».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины должны быть сформирована **профессиональная компетенция ОПК-4 – умение** осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

По окончании изучения дисциплины студент 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

| Вид учебной работы | Всего, ч | Семестр 5 |
|---|------------|------------|
| Аудиторные занятия (всего), в том числе: | 54 | 54 |
| Лекции | 18 | 18 |
| Практические занятия (ПЗ) | 36 | 36 |
| Самостоятельная работа (всего), в том числе: | 54 | 54 |
| проработка лекционного материала, | 16 | 16 |
| подготовка к практическим занятиям, | 18 | 18 |
| подготовка к контрольным работам, | 4 | 4 |
| выполнение индивидуального задания, | 4 | 4 |
| изучение тем теоретической части дисциплины, вынесенных для самостоятельной проработки, | 6 | 6 |
| написание реферата | 6 | 6 |
| Экзамен | 36 | 36 |
| Общая трудоемкость, ч | 144 | 144 |
| Зачетные Единицы Трудоемкости | 4 | 4 |

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

| Наименование раздела дисциплины | Лекции | Практические занятия | Самостоятельная работа студента | Всего часов (без экзамена) | Формируемые компетенции (ОК, ПК) |
|---|-----------|----------------------|---------------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| 1. Связи с общественностью (PR) как социальный феномен | 2 | 2 | 2 | 6 | ОПК-4 |
| 2. Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью | 1 | 2 | 2 | 5 | |
| 3. Общественность и общественное мнение | 2 | 4 | 6 | 12 | |
| 4. Основы коммуникации в связях с общественностью | 2 | 6 | 6 | 14 | |
| 5. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления | 2 | 4 | 4 | 10 | |
| 6. Связи с общественностью в органах власти | 2 | 5 | 8 | 15 | |
| 7. Управление имиджем и репутацией | 2 | 6 | 12 | 20 | |
| 8. Планирование и проведение общественных кампаний | 2 | 4 | 8 | 14 | |
| 9. Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении | 2 | 2 | 4 | 8 | |
| 10. Правовые и этические основы связей с общественностью | 1 | 1 | 2 | 4 | |
| Итого | 18 | 36 | 54 | 108 | |

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

| Наименование разделов | Содержание разделов | Трудоемкость, ч | ОПК |
|---|---|-----------------|-------|
| 1. Связи с общественностью (PR) как социальный феномен. Предмет, структура, основные функции общественных отношений | <p>Социальные, экономические и политические причины современных форм связей с общественностью (паблик рилейшнз) в XX веке. Роль связей с общественностью в системе современного гражданского общества и рыночной экономики.</p> <p>Предмет и объект дисциплины. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «коммуникация». Сущность PR: основные подходы.</p> <p>PR как искусство и наука, технология управления. Основные подходы к классификации функций PR. Сферы функционирования связей с общественностью. Принципы и этические проблемы PR.</p> <p>PR и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, лоббирование): сходства и отличия. Современные дискуссии о соотношении маркетинга и PR.</p> | 2 | ОПК-4 |

| Наименование разделов | Содержание разделов | Трудоемкость, ч | ОПК |
|---|---|-----------------|-------|
| 2. Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью | Ранние исторические формы коммуникаций. Зарождение политического, государственного и коммерческого PR. PR эпохи средневековья и Нового времени. Институционализация PR в начале XX в. Американский опыт развития связей с общественностью. Вклад Айви Ли, Э. Бернайза, У. Липпмана в развитие теории и практики PR. Развитие государственного PR в США. Роль Л. Бакстера, К. Уайтекера, Л. Гова, Т. Ривса в развитии политического PR и политического консультирования. Становление российского рынка PR-услуг в России. Российские центры политического консультирования. | 1 | |
| 3. Общественность и общественное мнение | <p>Понятия общественности и аудитории, группы интересов. Виды общественности в зависимости от характера коммуникационного поведения. Определение ключевых групп общественности и целевых аудиторий. Внутренняя и внешняя общественность. Типология групп общественности. Психологические подходы к типологизации групп общественности. Принципы выделения приоритетной общественности и целевых аудиторий.</p> <p>Общественное мнение: понятие и структура. Закономерности общественного мнения. Методы изучения общественного мнения.</p> <p>Формирование общественного мнения. Работа с лидерами общественного мнения. Использование механизмов восприятия в процессе управления массовым сознанием и поведением.</p> <p>Установки, стереотипы и мифы в управлении общественными настроениями.</p> | 2 | |
| 4. Основы коммуникации в связях с общественностью | <p>Определение коммуникации. Источники коммуникации. Цель коммуникации. Простейшая модель коммуникации. Главные компоненты коммуникации: содержание сообщения (сообщения), средство (канал) передачи сообщения (СМИ и естественная коммуникация). Кодирование/декодирование сообщения.</p> <p>Особенности использования различных видов коммуникации в PR: сильные и слабые стороны использования каждого вида средств коммуникаций в PR-кампаниях: печатные СМИ, телевидение и радио, телефон и сотовая связь, Интернет.</p> <p>Теории распространения информации в обществе: воздействие через лидеров общественного мнения; диффузная теория Э. Роджерса и др.</p> | 2 | ОПК-4 |
| 5. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления | <p>Роль информации в государственном управлении. Определение понятий информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. Органы исполнительной власти, осуществляющие информационную политику на федеральном и региональном уровне. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ. Право общества на получение информации.</p> <p>Защита информации в управлении связями с общественностью. Проблемы становления информационной политики в РФ. Техническое обеспечение информационного процесса. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти. Интернет-порталы органов государственной власти и местного самоуправления.</p> <p>Пресс-служба, ее функции. Основные материалы, предоставляемые прессе. Формирование аудитории представителей СМИ. Аккредитация журналистов при органах власти.</p> | 2 | |

| Наименование разделов | Содержание разделов | Трудоемкость, ч | ОПК |
|--|--|-----------------|-------|
| 6. Связи с общественностью в органах власти | <p>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.</p> <p>Исторические модели связей с общественностью в органах государственной власти. Задачи PR-служб в контексте административной и политической реформы в России.</p> <p>Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.</p> <p>Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровней и органах местного самоуправления. Положение о PR-службах властных структур. Ресурсы и статус PR-служб.</p> | 2 | |
| 7. Управление имиджем и репутацией | <p>Содержание понятия «имидж». Соотношение понятий «имидж» и «репутация», «имидж» и «образ», «имидж» и «стереотип». Брэнд-имидж. Функции и свойства имиджа. Основные типологии имиджа. Типы имиджа. Позитивный и негативный имидж. Текущий и желаемый имидж.</p> <p>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.</p> <p>Структура и слагаемые персонального имиджа лидера. Персональные, социальные и символические характеристики имиджа. Основные факторы влияния на восприятия имиджа. Этнопсихологические особенности формирования имиджа. Алгоритм формирования имиджа. Позиционирование, возвышение имиджа, мифологизация, эмоционализация, дистанцирование. Технологии продвижения и защиты имиджа политика.</p> <p>Слагаемые имиджа и репутации региона, муниципального образования. Стратегии их формирования.</p> <p>Имидж государства и его влияние на экономическое развитие и геополитическое положение страны. Понятия «международный имидж», «внешнеполитический имидж», «имидж страны». Объекты имиджа. Международный имидж России: стратегия формирования.</p> | 2 | ОПК-4 |
| 8. Планирование и проведение общественных кампаний | <p>Виды и формы общественных кампаний. Планирование, определение бюджета кампании. Функции руководителя кампании. Штаб кампании и распределение ролей. Информационное и социологическое сопровождение кампании. PR в избирательных кампаниях.</p> <p>Понятие избирательной кампании в контексте использования PR-ресурсов. Избирательный штаб. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората.</p> <p>Реализация стратегии и тактики избирательной кампании. Встречи с избирателями и работа с лидерами общественного мнения. Приемы персонализации обращений к населению. Прямая и косвенная политическая реклама.</p> | 2 | |

| Наименование разделов | Содержание разделов | Трудо-емкость, ч | ОПК |
|--|---|------------------|-------|
| 9. Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении | <p>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. Команды кризисного реагирования. Планирование коммуникационного процесса на случай возникновения кризиса.</p> <p>Особенности управления информацией во время кризисов. Работа с целевыми аудиториями в условиях чрезвычайного происшествия. Нейтрализация слухов и недостоверной информации. Организация работы кризисного информационного центра. Правила поведения должностных лиц в условиях кризиса. Работа с последствиями кризиса.</p> | 2 | ОПК-4 |
| 10. Правовые и этические основы связей с общественностью | <p>Правовое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность специалистов по связям с общественностью в государственных, муниципальных органах власти, коммерческих негосударственных и общественных организациях, силовых структурах, силовых структурах, системах образования, здравоохранения и культуре в зарубежных странах и в России. Законы о СМИ и рекламе. Информационные споры.</p> <p>Виды кодексов профессионального поведения специалистов по связям с общественностью.</p> | 1 | ОПК-4 |
| Итого | | 18 | |

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

| Наименование обеспечивающих (предыдущих) и обеспечиваемых (последующих) дисциплин | Разделы дисциплин, для которых необходимо изучение обеспечивающих (предыдущих) и обеспечиваемых (последующих) дисциплин | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Предыдущие дисциплины | | | | | | | | | | |
| Психология (Б1.В.0Д.15) | – | + | – | + | – | – | + | + | – | – |
| Социология (Б1.В.0Д.17) | + | + | + | + | + | + | – | + | – | – |
| Социальная психология (Б1.В.0Д.21) | + | + | + | + | + | + | + | + | + | – |
| Последующие дисциплины | | | | | | | | | | |
| Основы госуд. и муниц. управления (Б3.Б.2) | – | – | + | + | + | + | + | + | + | – |

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

| Перечень компетенций | Л | ПЗ | СРС | Формы контроля |
|----------------------|---|----|-----|----------------|
| | | | | ОПК-4 |

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практические занятия; СРС – самостоятельная работа студента

6. МЕТОДЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ

Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий в часах

| Методы организации обучения | Формы обучения, ч | | | Всего |
|---|-------------------|----|-----|-------|
| | Лекции | ПЗ | СРС | |
| Работа в группах | – | 12 | – | 12 |
| Презентации с использованием слайдов и активным обсуждением | – | 4 | 6 | 10 |
| Мультимедийные презентации | 16 | – | – | 16 |
| Деловая игра | – | 4 | – | 4 |
| Итого интерактивных занятий | 16 | 20 | 6 | 42 |
| из них аудиторных | 16 | 20 | 0 | 36 |

7. ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ — не предусмотрено.

8. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

| Раздел дисциплины | Наименование темы практического занятия | Трудоемкость, ч | ОПК |
|-------------------|---|-----------------|-----|
| 1 | Основные подходы к пониманию сущности PR. PR и другие виды коммуникативной деятельности сходства и отличия. Функций PR. | 2 | |
| 2 | Американский опыт развития деятельности по связям с общественностью. Становление российского рынка PR-услуг в России. | 2 | |
| 3 | Ситуационная теория общественности Дж.Грюнига. Типология групп общественности. Ключевые группы общественности. Формирование общественного мнения. Работа с лидерами общественного мнения. | 4 | |
| 4 | Средства массовой коммуникации – их виды и роль в развитии общества. Новость и ньюсмейкинг в PR. Управление информацией и спин-докторинг. Деловая игра «Суд над СМИ (положительные и отрицательные стороны СМИ)». Контрольная работа «СМИ в связях с общественностью» | 6 | |
| 5 | Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти. Групповая дискуссия «Возможности и ограничения Интернет-ресурсов для PR-деятельности органов власти». | 4 | |
| 6 | Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления. Основные функции и направления работы современной пресс-службы. Роль пресс-секретаря в организации связи с общественностью. Механизмы организации публичных консультаций с общественностью. Контрольная работа «Коммуникации в системе государственного и муниципального управления». | 5 | |
| 7 | 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. Структура и слагаемые персонального имиджа лидера. Деловая игра «Формирование и продвижение имиджа органа государственной власти региона». Разбор конкретных примеров формирования имиджей политических лидеров. | 6 | |
| 8 | Виды и формы общественных кампаний. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората. Организация и проведение политических дебатов. Информационные технологии, применяемые в ходе избирательных кампаний. Разбор конкретных примеров реализации предвыборных стратегий политическими партиями. | 4 | |
| 9 | Практические шаги ПР-специалиста в условиях кризиса. Принципы общения во время кризиса. Контрольная работа «Антикризисные связи с общественностью». | 2 | |
| 10 | Правовое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью. Законы о СМИ и рекламе. | 1 | |
| Итого | | 36 | |

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

| Виды самостоятельной работы | Трудоемкость, ч | | | | | | | | | | | ОПК | Контроль выполнения работы |
|---|------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|----------|----------|----------|-------------------|-----------------|--------------------------------|
| | По разделам дисциплины | | | | | | | | | | Всего по виду СРС | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | | | |
| 1. Проработка лекционного материала | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 16 | ОПК-4 | Тестовый опрос |
| 2. Подготовка к практическим занятиям | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 1 | 20 | | Доклад-презентация |
| 3. Подготовка к контрольным работам, тестам, в том числе по темам: | | | | | | | | | | | 6 | | Контрольная работа |
| Средства массовой информации в связях с общественностью | | | | 2 | | | | | | | 2 | | |
| Коммуникации в системе государственного и муниципального управления | | | | | | 2 | | | | | 2 | | |
| Антикризисные связи с общественностью | | | | | | | | | 2 | | 2 | | |
| 4. Изучение тем теоретической части дисциплины, вынесенных для самостоятельной проработки: | | | | | | | | | | | 6 | | |
| Ситуационная теория общественности Дж. Грюнига. Типология лидеров мнений. | | | 2 | | | | | | | | 2 | | Опрос, конспект самоподготовки |
| Новость и ньюсмейкинг в PR. Управление информацией и спин-докторинг. | | | | 2 | | | | | | | 2 | | |
| Организация и проведение политических дебатов | | | | | | | | 2 | | | 2 | | |
| Информационные технологии, применяемые в ходе избирательных кампаний | | | | | | | | | | | | | |
| 5. Написание реферата и подготовка на его основе презентации с использованием слайдов, в т.ч. по темам о выборе): 1)Формирование имиджа и репутации территориального образования. 2) Имидж муниципального служащего и технологии его формирования. 3) Сущность социальной рекламы и ее использование в практике государственного и социального управления. 4) Международный имидж России: стратегия формирования и продвижения. И т.д. (см. Приложение к программе – раздел 3) | | | | | | | 6 | | | | 6 | Защита реферата | |
| Всего по разделу дисциплины | 2 | 2 | 6 | 8 | 4 | 8 | 10 | 8 | 4 | 2 | 54 | | |

10. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ — не предусмотрено

11. РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ДЛЯ ОЦЕНКИ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

11.1 Балльные оценки для элементов контроля

| Элементы учебной деятельности | Максимальный балл на 1-ю КТ с начала семестра | Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ | Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра | Всего за семестр |
|---------------------------------|---|---|---|------------------|
| Посещение занятий | 4 | 4 | 4 | 12 |
| Контрольная работа | – | 10 | 10 | 20 |
| Защита реферата | 4 | 4 | 6 | 14 |
| Ответы на практических занятиях | 8 | 12 | 10 | 30 |
| Индивидуальное задание | 2 | 8 | 8 | 18 |
| Компонент своевременности | 2 | 2 | 2 | 6 |
| Итого максимум за период | 20 | 40 | 40 | 100 |
| Сдача экзамена (максимум) | | | | 20 |
| Нарастающим итогом | 20 | 60 | 100 | 120 |

11.2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

| Баллы на дату контрольной точки | Оценка |
|---|--------|
| 90 % от максимальной суммы баллов на дату КТ | 5 |
| От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ | 4 |
| От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ | 3 |
| < 60 % от максимальной суммы баллов на дату КТ | 2 |

11.3 Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку:

| Оценка (ГОС) | Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен | Оценка (ECTS) |
|---------------------------------------|--|-------------------------|
| 5 (отлично) (зачтено) | 90 – 100 | A (отлично) |
| 4 (хорошо) (зачтено) | 85 – 89 | B (очень хорошо) |
| | 75 – 84 | C (хорошо) |
| | 70 – 74 | D (удовлетворительно) |
| 3 (удовлетворительно) (зачтено) | 65 – 69 | E (посредственно) |
| | 60 – 64 | |
| 2 (неудовлетворительно), (не зачтено) | Ниже 60 баллов | F (неудовлетворительно) |

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

12.1. Основная литература

1. Управление общественными отношениями: учеб. пособие / Ю.К. Федулов [и др.]; ред. Ю.К. Федулов. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 151 с. Гриф. В библиотеке ТУСУРа: 7 экз..
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник для вузов / А. В. Кочеткова [и др.]. - СПб.: Питер, 2009. - 240 с. В библиотеке ТУСУРа: 4 экз.
3. Красина Ф.А. Управление человеческими ресурсами: учебное пособие. – Томск: Эль Контент, 2013. — 158 с. [Электронный ресурс]: научно-образовательный портал ТУСУРа. – URL: <https://edu.tusur.ru/publications/3830>.

12.2. Дополнительная литература

1. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Академический проект, 2004. - 430 с. В библиотеке ТУСУРа: 1 экз.
2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М. : Дело, 2004. Гриф. В библиотеке ТУСУРа: 1 экз.
3. Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие для вузов. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. - 427 с. В библиотеке ТУСУРа: 1 экз.
4. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления : М.А. Шишкина. – СПб.: Паллада-медиа, 2002. – 444 с. В библиотеке ТУСУРа: 1 экз.
5. Пивнев. Е.С. Управление общественными отношениями : Е. С. Пивнев. - Томск : ТУСУР, 2007. - 37 с. В библиотеке ТУСУРа: 29 экз.
6. Кривоносов А..Д., Основы теории связей с общественностью : учебник для вузов / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб. : ПИТЕР, 2012. - 377 с В библиотеке ТУСУРа: 15 экз.

12.3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОСОБИЯ И ТРЕБУЕМОЕ ПО

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

Ермакова Н.В. Связи с общественностью в органах власти: метод. указания к практическим занятиям и организации самостоятельной работы студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление». – 2016. – 20 с. – [Электронный ресурс]: сайт кафедры АОИ. – URL: http://aoi.tusur.ru/upload/methodical_materials/MU_SO_file_604_6996.pdf

12.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа 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. Базы данных, информационно-справочные, поисковые системы и требуемое ПО

Требуемое ПО:

- Microsoft PowerPoint – для подготовки презентаций;
- Microsoft Word – для подготовки отчетов по работам;
- Microsoft Excel – для выполнения расчетных работ.

Необходимые базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

- Образовательный портал университета <http://edu.tusur.ru/>
- Информационно-справочная система «Гарант»

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

13.1. Общие требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются аудитории, расположенные по адресу 634034, Томская область, г. Томск, ул. Вершинина, д. 74, 4 этаж:

– ауд. 418. Состав оборудования:

Компьютер для преподавателя на базе Intel Celeron 2.53 ГГц, ОЗУ – 1.25 Гб, жесткий диск – 80 Гб. Широкоформатный телевизор для презентаций, экран, магнитно-маркерная доска, стандартная учебная мебель. Количество посадочных мест - 50.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows XP Professional SP 3, MS Office 2003 SP3, Антивирус Касперского 6.0.

Свободно распространяемое программное обеспечение: Developer C++, Adobe Reader X.

Компьютер подключен к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для проведения практических и лабораторных занятий используются вычислительные классы, расположенные по адресу 634034, Томская область, г. Томск, ул. Вершинина, д. 74, 4 этаж:

– ауд. 428. Состав оборудования:

Доска меловая, стандартная учебная мебель.

Компьютеры – 14 шт. Дополнительные посадочные места – 11 шт.

Компьютеры Intel Core 2 Duo E6550 2.33 ГГц, ОЗУ – 2 Гб, жесткий диск – 250 Гб.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows XP Professional SP 3, 1С:Предприятие 8.3, Mathcad 13, MS Office 2003, Пакет совместимости для выпуска 2007 MS Office, MS Project профессиональный 2010, MS Visual Studio Professional, Антивирус Касперского 6.0

Свободно распространяемое программное обеспечение: Far file manager, GIMP 2.8.8, Google Earth, Java 8, QGIS Wien 2.8.1, Adobe Reader X, Mozilla Firefox, Google Chrome, Eclipse IDE for Java Developers 4.2.1, Dev-C++, FreePascal, IntelliJ IDEA 15.0.3, ARIS Express, Open Office, MS Silverlight, Python 2.5, MS SQL Server 2008 Express.

Компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

– ауд. 430. Состав оборудования:

Магнитно-маркерная доска, стандартная учебная мебель.

Компьютеры – 12 шт. Дополнительные посадочные места – 13 шт.

Компьютеры Intel Core 2 Duo E6550 2.33 ГГц, ОЗУ – 2 Гб, жесткий диск – 250 Гб.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows XP Professional SP 3,

1С:Предприятие 8.3, Mathcad 13, MS Office 2003, Пакет совместимости для выпуска 2007 MS Office, MS Project профессиональный 2010, MS Visual Studio Professional, Антивирус Касперского 6.0

Свободно распространяемое программное обеспечение: Far file manager, GIMP 2.8.8, Google Earth, Java 8, QGIS Wien 2.8.1, Adobe Reader X, Mozilla Firefox, Google Chrome, Eclipse IDE for Java Developers 4.2.1, Dev-C++, FreePascal, IntelliJ IDEA 15.0.3, ARIS Express, Open Office, MS Silverlight, Python 2.5, MS SQL Server 2008 Express.

Компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

– ауд. 432а. Состав оборудования:

Доска меловая, стандартная учебная мебель.

Компьютеры – 12 шт. Дополнительные посадочные места – 13 шт.

Компьютеры Intel Core i5-3330 3.0 ГГц, ОЗУ – 4 Гб, жесткий диск – 500 Гб.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows 7 Enterprise N (Windows 7 Professional), 1С:Предприятие 8.3, Mathcad 13, MS Office 2003, Пакет совместимости для выпуска 2007 MS Office, MS Project профессиональный 2010, MS Visual Studio Professional, Антивирус Касперского 6.0

Свободно распространяемое программное обеспечение: Far file manager, GIMP 2.8.8, Google Earth, Java 8, QGIS Wien 2.8.1, Adobe Reader X, Mozilla Firefox, Google Chrome, Eclipse IDE for Java Developers 4.2.1, Dev-C++, FreePascal, IntelliJ IDEA 15.0.3, ARIS Express, Open Office, MS Silverlight, Python 2.5, MS SQL Server 2008 Express.

Компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

– ауд. 432б. Состав оборудования:

Магнитно-маркерная доска, стандартная учебная мебель.

Компьютеры – 12 шт. Дополнительные посадочные места – 13 шт.

Компьютеры Intel Core i5-2320 3.0 ГГц, ОЗУ – 4 Гб, жесткий диск – 500 Гб.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows 7 Enterprise N (Windows 7 Professional), 1С:Предприятие 8.3, Mathcad 13, MS Office 2003, Пакет совместимости для выпуска 2007 MS Office, MS Project профессиональный 2010, MS Visual Studio Professional, Антивирус Касперского 6.0

Свободно распространяемое программное обеспечение: Far file manager, GIMP 2.8.8, Google Earth, Java 8, QGIS Wien 2.8.1, Adobe Reader X, Mozilla Firefox, Google Chrome, Eclipse IDE for Java Developers 4.2.1, Dev-C++, FreePascal, IntelliJ IDEA 15.0.3, ARIS Express, Open Office, MS Silverlight, Python 2.5, MS SQL Server 2008 Express.

Компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для **самостоятельной работы** используется аудитория, расположенная по адресу 634034, Томская область, г. Томск, ул. Вершинина, д. 74, 4 этаж, ауд 431.

Состав оборудования:

Видеопроектор Infocus LP540, магнитно-маркерная доска, стандартная учебная мебель. Компьютеры – 5 шт. Количество посадочных мест -10.

Компьютеры Intel Core 2 Duo E6550 2.33 ГГц, ОЗУ – 2 Гб, жесткий диск – 250 Гб.

Используется лицензионное программное обеспечение: Windows XP Professional SP 3,

1С:Предприятие 8.3, Mathcad 13, MS Office 2003, Пакет совместимости для выпуска 2007 MS Office, MS Project профессиональный 2010, MS Visual Studio Professional, Антивирус Касперского 6.0

Свободно распространяемое программное обеспечение: Far file manager, GIMP 2.8.8, Google Earth, Java 8, QGIS Wien 2.8.1, Adobe Reader X, Mozilla Firefox, Google Chrome, Eclipse IDE for Java Developers 4.2.1, Dev-C++, FreePascal, IntelliJ IDEA 15.0.3, ARIS Express, Open Office, MS Silverlight, Python 2.5, MS SQL Server 2008 Express.

Компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

13.2 Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ОВЗ

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При обучении студентов **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями слуха, мобильной системы обучения для студентов с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При обучении студентов **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 удаленного просмотра.

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

14. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

14.1 Основные требования к фонду оценочных средств и методические рекомендации

Фонд оценочных средств и типовые контрольные задания, используемые для оценки сформированности и освоения закрепленных за дисциплиной компетенций при проведении текущей, промежуточной аттестации по дисциплине приведен в приложении к рабочей программе.

14.2. Требования к фонду оценочных средств для лиц с ОВЗ

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены дополнительные оценочные средства, перечень которых указан в таблице 14.

Таблица 14 – Дополнительные средства оценивания для студентов с инвалидностью

| Категории студентов | Виды дополнительных оценочных средств | 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 показателям | 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 средствам для лиц с ОВЗ

Для студентов с ОВЗ 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.

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов 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 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 обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Приложение к рабочей программе

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ
И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ» (ТУСУР)

Кафедра автоматизации обработки информации (АОИ)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой АОИ

_____Ю.П. Ехлаков

«____»_____2017 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ»
для направления подготовки 38.03.04
«Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата)**

Томск 2017

1. ВВЕДЕНИЕ

Фонд оценочных средств (ФОС) является приложением к рабочей программе дисциплины и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения студентом установленных результатов обучения. ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов.

Формулировка компетенции, закрепленной за дисциплиной «Связи с общественностью в органах государственной власти» и компоненты компетенции приведены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Перечень закрепленных за дисциплиной компетенций

| Код | Формулировка компетенции | Компоненты компетенции |
|-------|---|---|
| ОПК-4 | Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации | <p>Должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений; - собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство. <p>Должен владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. |

Таблица 2.1 – Компоненты компетенции, виды занятий и используемые средства оценивания

| Компоненты | Знать | Уметь | Владеть |
|----------------------|--|---|--|
| Содержание компонент | <p>принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;</p> <p>способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения.</p> | <p>анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;</p> <p>собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - 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. |

Обобщенная характеристика критериев оценивания всех компонент компетенции (знаний, умений и владения навыками) по уровням оценивания приведена в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Обобщенная характеристика критериев оценивания компетенции по уровням

| Уровни оценивания | Обобщенные критерии оценивания компонент компетенции | | |
|----------------------------------|---|---|---|
| | Знать | Уметь | Владеть |
| Отлично (высокий уровень) | Обладает фактическими и теоретическими знаниями в пределах изучаемой области с пониманием границ применимости | Обладает диапазоном практических умений, требуемых для осуществления деятельности по связям с общественностью | Организует исследовательскую работу, проводит оценку, совершенствует действия |

| | | | |
|--|---|--|--|
| Хорошо (базовый уровень) | Знает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах изучаемой области | Обладает диапазоном практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования | Участствует в исследовании, приспосабливает методы к обстоятельствам в решении проблем |
| Удовлетворительно (пороговый уровень) | Обладает базовыми общими знаниями | Обладает основными умениями, требуемыми для выполнения простых задач | Работает при прямом наблюдении |

2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенция ОПК-4

ОПК-4: способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

Компоненты компетенции, виды занятий и используемые средства оценивания представлены в табл. 2.1.

Таблица 2.1 – Компоненты компетенции, виды занятий и используемые средства оценивания

| Компоненты | Знать | Уметь | Владеть |
|----------------------------------|--|---|--|
| Содержание компонентов | Должен знать: основные понятия теории коммуникации и связей с общественностью; принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями и общественными организациями; способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения. | Должен уметь: анализировать, проектировать и осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации; осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации. | Должен владеть: практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью; технологиями организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей. |
| Виды занятий | Лекции; Самостоятельная работа студентов; | Практические занятия; Самостоятельная работа студентов; | Практические занятия; Самостоятельная работа; |
| Используемые средства оценивания | Тест; Контрольная работа; Экзамен. | Доклад, сообщение и презентация; Конспект самостоятельной работы; Защита реферата. | Отчет и защита практической работы; Групповая дискуссия; Проведение деловой игры. |

Формулировка критериев оценивания компонент компетенции по уровням освоения компетенции приведена в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Критерии оценивания компонент компетенции по уровням

| Уровни оценивания | Критерии оценивания компонент компетенции | | |
|----------------------------------|--|---|--|
| | Знать | Уметь | Владеть |
| Отлично (высокий уровень) | Знает основные понятия теории коммуникации и связей с общественностью, формы публичной коммуникации, средства деятельности по связям с общественностью | Способен осуществлять публичные выступления разных видов, может вести переговоры, совещания, осуществлять деловую пере- | Свободно владеет практически навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью и способен применять их на практике; владеет технологиями органи- |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <p>стью и может пояснить их на примере конкретной предметной области;</p> <p>знает принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями и общественными организациями и может пояснить их на примере решения задач из конкретной предметной области.</p> | <p>писку и поддерживать электронные коммуникации;</p> <p>умеет применять PR-технологии и методы оценки общественного мнения при решении задач любой сложности.</p> | <p>зации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;</p> <p>может организовать информационную и коммуникационную кампанию, работу по формированию и продвижению имиджа органов власти и руководителей, творчески применяя методы с учетом особенностей предметной области.</p> |
| Хорошо (базовый уровень) | <p>Знает основные понятия теории коммуникации и связей с общественностью и может пояснить на типовых примерах;</p> <p>знает принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями и общественными организациями и может пояснить их на примере решения типовых задач.</p> | <p>Способен осуществлять некоторые виды публичных выступлений, может вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;</p> <p>умеет применять PR-технологии и методы оценки общественного мнения при решении типовых задач.</p> | <p>Владеет технологиями организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;</p> <p>способен участвовать в информационной и коммуникационной кампании, в работе по формированию и продвижению имиджа органов власти и руководителей, творчески применяя методы с учетом особенностей предметной области.</p> |
| Удовлетворительно (пороговый уровень) | <p>Способен корректно определить значение основных понятий теории коммуникации и связей с общественностью через выбор из предложенного списка вариантов;</p> <p>знает принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями и общественными организациями и может пояснить их на примере решения простых задач.</p> | <p>Способен осуществлять некоторые виды делового общения;</p> <p>умеет применять PR-технологии и методы оценки общественного мнения при решении типовых задач.</p> | <p>Способен выполнять работы в проекте по организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;</p> <p>способен выполнять работы в информационной и коммуникационной кампании, в проекте по формированию и продвижению имиджа органов власти и руководителей, творчески применяя методы с учетом особенностей предметной области.</p> |

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Перечень контрольно-измерительных материалов (КИМ), используемых для оценивания компетенций, приведен в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Перечень контрольно-измерительных материалов

| Вид КИМ | Тема | ОПК |
|---------|--|-------|
| Тест | PR и другие виды коммуникационной деятельности | ОПК-4 |
| | Общественность и общественное мнение | |
| | Содержание и элементы процесса коммуникации | |
| | Цели и функции служб СО органов государственной и муниципальной власти | |
| | Государственная информационная политика | |
| | Технологии формирования имиджа власти | |
| | Антикризисные связи с общественностью | |

| | | |
|---------------------|---|-------|
| | Планирование, организация и проведение общественных информационных кампаний | |
| | Структура и направления работы современной пресс-службы | |
| Контрольная работа | Средства массовой информации в связях с общественностью Коммуникации в системе государственного и муниципального управления Антикризисные связи с общественностью | ОПК-4 |
| Практическая работа | Медиапланирование информационной / рекламной кампании | ОПК-4 |
| | Приемы формирования имиджа политического лидера | |
| | Документы в связях с общественностью | |
| | Выступление в СМИ в роли представителя организации (правила устного публичного выступления; правила поведения, особенности речи перед микрофоном и телекамерой) | |
| | Особенности проведения политических кампаний | |
| | Создание и поддержание политических мифов в коммуникациях средствами PR | |
| | Оценка эффективности PR-кампании | |
| | Технология организации специальных мероприятий | |
| | Задачи и виды социальной рекламы | |
| Деловая игра | Суд над средствами массовой информации | ОПК-4 |
| | Проведение пресс-конференции | |
| Экзамен | | |

Примеры тестовых вопросов

Вопрос 1. Выберите правильные утверждения:

- 1) в основе пресс-конференции всегда лежит информационный повод;
- 2) обычная продолжительность брифинга – от 60 минут до 3-х часов;
- 3) пресс-конференция предполагает дискуссию (споры) между журналистами и представителями организации;
- 4) проводить брифинг может представитель пресс-службы, не обязательно участие 1-го лица организации.

Вопрос 2. Каким приведенным ниже утверждениям должен следовать сотрудник PR-службы для эффективного взаимодействия с работниками СМИ?

Выберите несколько правильных ответов.

1. Управление информацией подразумевает абсолютный контроль над ней, например, наложение полного запрета на обнародование в СМИ той информации об организации, которая не устраивает руководство.
2. 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.
3. В принципе нет ничего страшного в том, чтобы официально или неофициально платить СМИ. Но гораздо эффективнее строить отношения на основе взаимного интереса.
4. Предлагаемая организацией информация должна носить узкокорпоративный характер.
5. Важным условием эффективности медиа-релейшнз является установление стиля общения организации со СМИ, построенного на принципах доверия и информационной открытости.
6. PR-специалисту следует добиваться того, чтобы все сведения, которые были предоставлены в распоряжение журналиста, были бы опубликованы.

Вопрос 3. Как называется специалист, отвечающий за управление информацией и конструирование новостей?

Варианты ответа:

- а) имиджмейкер; б) копирайтер; в) провайдер; г) ньюсмейкер; д) спиндоктор.

Вопрос 4. Лоббирование – это...

Варианты ответа:

- а) встреча официальных лиц с представителями СМИ с целью информирования общественности по актуальному вопросу;

б) групповая беседа, проходящая в форме дискуссии и направленная на получение от ее участников «субъективной информации» по восприятию ими различных объектов: товаров, услуг, имиджа торговой марки и т.д.;

в) оказание влияния на аппарат власти в интересах определенных социальных и политических групп;

г) создание информационных поводов с целью увеличения известности и популярности.

Вопрос 5. Что входит в понятие «целевая» аудитория?

Варианты ответа:

а) ориентированные на принципы люди с хорошим либо умеренным образованием и убеждениями, базирующимися на традиционных ценностях;

б) группа людей, духовно связанных друг с другом на основе общности мнений;

в) общественность, которая в наибольшей степени влияет на функционирование и развитие организации и может иметь исключительный вес для реализации той или иной конкретной программы.

г) сотрудники организации.

Примеры заданий контрольных работ

Контрольная работа 1. Вариант № 1.

1. В каких случаях распространяется заявление для прессы?
2. Что такое аккредитация журналистов? Какие службы проводят аккредитацию?
3. Как называется особая форма взаимодействия представителей организации с журналистами из специализированных, профессиональных или отраслевых изданий?
4. Определите вид медиадокумента:

«Хотелось бы прокомментировать законопроект «О регулировании деятельности авиаперевозчиков на территории Новосибирской области». Я работаю в гражданской авиации более 30 лет, проблемы знаю не понаслышке. Но никогда наши летчики не оказывались в таких условиях, в каких могут оказаться, если законопроект будет принят областными депутатами...».

Контрольная работа 2. Вариант № 1.

1. Что означает понятие «коммуникационный менеджмент»?
2. Назовите основные принципы работы службы PR в органах власти.
3. В чем состоит сходство и отличие PR-деятельности и пропаганды?

Контрольная работа 3. Вариант № 1.

1. Назовите основные правила осуществления коммуникаций со средствами массовой информации в кризисных ситуациях.

2. В каких случаях следует провести пресс-конференцию, а в каких нужно от нее отказаться?

3. С компанией *Jonson & Jonson* произошел такой случай: в ампулы с лекарством «Тайленол» (обезболивающее средство, аналог Анальгина) неизвестным был добавлен цианид. Семь жителей Чикаго в результате скончались, несколько десятков человек попали в госпиталь. Продажи упали с 37% до 6,8%.

Как вы считаете, какие действия в сложившихся обстоятельствах следовало предпринять компании *Jonson & Jonson*?

4. Решите задачу. В одном из российских городов из-за периодических задержек и низкого уровня зарплаты значительно возросла социальная напряженность. Объявив в этот период о желании участвовать в выборах, действующий мэр не мог обещать увеличения зарплаты, это было не в его власти. Но он предпринял следующий ход: отменил плату за проезд на общественном транспорте. Обстановка стабилизировалась. Спустя четыре года напряженность в предвыборный период вновь начала усиливаться. К тому же водители автобусов стали высказывать недовольство отменой платы за проезд и просьбы о ее восстановлении.

Вопрос: Как бы вы поступили на месте мэра при отсутствии материальных ресурсов?

Примеры практической работы

Практическая работа № 1. «Медиапланирование информационной / рекламной кампании»

Цель работы: Получить практические навыки в составлении медиаплана информационной / рекламной кампании.

Порядок выполнения работы:

Все студенты группы условно делятся на три или четыре подгруппы, каждая из которых получает задание: самостоятельно разработать медиаплан информационной кампании по:

- выборам депутата представительного органа местного самоуправления;
- выборам депутата представительного органа субъекта РФ;
- выборам депутата Государственной Думы РФ;
- выборам Президента РФ.

Источники – материалы из интернета.

За 30 минут до окончания занятия студенты занимают места в соответствии с участием в группе. Обмениваются подготовленными медиапланами и по результатам группового обсуждения формируют единый окончательный медиаплан. Каждой подгруппе предоставляется возможность сделать презентацию своих медиапланов. Преподаватель подводит итоги выполнения задания: отмечает сильные и слабые стороны разработанных медиапланов, оценивает презентации и способы аргументации в подгруппах.

Практическая работа № 2. «Документы в связях с общественностью»

Цель работы: изучить PR-документы разных видов.

Порядок выполнения работы:

Все студенты группы условно делятся на три подгруппы, каждая из которых получает задание: самостоятельно найти и проанализировать примеры документов трех видов:

- имиджевые корпоративные PR-документы;
- служебные PR-документы;
- оперативные информационные документы.

За 30 минут до окончания занятия студенты занимают места в соответствии с участием в группе. Обмениваются и анализируют подготовленные материалы и выбирают образцовый вариант для представления другим группам. Каждой группе предоставляется возможность сделать презентацию своих видов документов. Преподаватель подводит итоги презентаций, отмечает сильные и слабые стороны выбранных примеров документов.

Самостоятельная работа (примеры заданий и темы рефератов)

Формы самостоятельной работы студентов:

- 1) выполнение задания для самостоятельной работы;
- 2) выполнение реферата по выбранной теме.

Примеры заданий для самостоятельной работы

Тема для изучения: «Особенности публичной политической речи».

Задание: проанализировать лексические особенности речи политика (источники – текст Послания Президента РФ Федеральному собранию, инаугурационные речи президентов разных стран и др.)

Тема для изучения: «Использование средств PR при продвижении политической информации».

Задание: разработать план подачи базовой информации для избирателей: информация общего (ознакомительного) плана; блок специальных вопросов; составление программы и организация встреч руководителей с населением.

Тема для изучения: «Специфика PR-деятельности органов власти и их представителей в Интернете».

Задание: 1) проанализировать основные законодательные акты, регулирующие сферу применения PR-технологий. Составить таблицу рейтингов сайтов государственных организаций; 2) прочитать отрывок из выступления писателя и публициста Д. Быкова (текст прилагается) и ответить на вопросы: В чем заключаются сложности при использовании новых СМИ, каковы их возможности и ограничения? Необходим ли в наше время политику аккаунт в социальных сетях и каким, на ваш взгляд, он должен быть? Привести примеры. Как вы считаете, какие социальные медиаресурсы лучше использовать политику в соответствии с их спецификой?

Темы рефератов

1. Место слогана в ПР-деятельности компании.
2. Внутренний ПР: работа с собственным персоналом.
3. Формы и методы воздействия СМИ на общественное сознание.
4. Эффективность ПР-технологий в системе государственной службы.
5. Искусство подачи информации: привлечение журналистов.
6. Особенности ПР в спорте.
7. Специальные мероприятия в сфере политических ПР.
8. Связи с общественностью в некоммерческих организациях.
9. ПР-технологии в привлечении инвестиций.
10. Международный имидж России: стратегия формирования и продвижения.
11. Формирование имиджа территориального образования.
12. Возможности ПР-деятельности в Интернете.
13. ПР в здравоохранении.
14. Технологии организации и проведения радио- и телевыступлений.
15. Организация работы отдела по связям с общественностью в органах государственной власти (или местном самоуправлении).
16. Репутация органа власти как предмет деятельности службы по связям с общественностью.
17. Имиджевая регуляция поведения персонала аппарата государственного и муниципального управления.
18. Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций.

Примеры деловых игр

Деловая игра 1. «Суд над средствами массовой информации (положительные и отрицательные стороны СМИ)»

Цель: определить положительное и отрицательное воздействие средств массовой информации на поступки, мысли человека, на становление и когнитивное развитие личности.

Порядок проведения работы: все студенты группы условно делятся на две подгруппы, в каждой подгруппе выбирается по два человека – представители обвинения и представители защиты, и каждый предварительно получает задание: сформировать свою позицию относительно влияния СМИ и аргументированно изложить ее на занятии. В течение занятия учащиеся будут исследовать проблему влияния СМИ на жизнь современного общества, определять положительные и отрицательные стороны, а концу занятия вынесут свое решение: положительно или отрицательно влияют СМИ на развитие личности, имеют ли право СМИ на существование в современном обществе. Само занятие проходит в виде судебного заседания: избирается судья, который предоставляет право голоса представителям защиты и обвинения, заслушивает свидетелей защиты и обвинения и выносит вердикт. Остальные студенты выполняют функции присяжных заседателей. Также несколько человек получают особое задание: проводят социологический опрос присутствующих и к концу занятия обрабатывают его и сообщают результаты.