

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Золотухина Елена Николаевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 27.01.2021 14:35:53  
Уникальный программный ключ:  
ed74cad8f1c19aa426b59e780a391b3e6ee2e1026402f1b3f388bce49d1d570e

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Московский региональный социально-экономический институт»  
Программа утверждена  
Ученым советом МРСЭИ  
Протокол № 10 от 27 июня 2020 г.

Утверждаю

Ректор

Золотухина Е.Н.



«27» июня 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
Б1.Б.20 Управление общественными отношениями**

**Направление подготовки**

**38.03.04 Государственное и муниципальное управление**

**Профиль Государственное и муниципальное управление**

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Рабочая программа по дисциплине «Управление общественными отношениями» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1567 от 10.12.2014 года.

**Автор (составитель):** Воронова А.А. – к.полит.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления.

**Рецензент:** Асеев О.В. – к.филос.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры государственного и муниципального управления Московского регионального социально-экономического института 27 июня 2020 г., протокол № 10.

Предназначена для студентов очной и заочной форм обучения.

©Московский региональный социально-экономический институт, 2020.

© Воронова А.А., 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины (модуля), результаты обучения.....	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	5
3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы (разделяется по формам обучения).....	5
3.1. Очная форма обучения .....	5
3.2. Заочная форма обучения .....	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий .....	6
4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах) .....	6
4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) .....	9
4.2.1 Тематический план лекций .....	14
4.2.2 Тематический план практических занятий (семинаров).....	15
5. Самостоятельная работа студентов (СРС).....	20
6. Оценочные средства .....	23
6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине.....	24
6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы .....	25
6.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций .....	48
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	50
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины.....	51
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	51
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	57
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	58
12. Иные сведения и (или) материалы .....	59
12.1 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья .....	59
13. Лист регистрации изменений .....	64

## 1. Цель и задачи дисциплины (модуля), результаты обучения

Цель изучения дисциплины – сформировать у обучающихся знания о предмете, структуре и основных функциях общественных отношений, а также обучить их методологии и основным технологическим приемам управления общественными отношениями.

Задачи дисциплины:

- формирование представления об общественных отношениях и их роли в системе государственного и муниципального управления;
- формирование системы знаний об управлении общественными отношениями;
- формирование практических умений и навыков по работе с различными группами общественности.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими результатами:

Коды компетенций	Результаты освоения ООП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-3	способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	Знать: методологические основы проектирования организационных структур. Уметь: проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия. Владеть: способностью проектировать организационные структуры, разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия.
ПК-11	владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	Знать: основные закономерности и методы формирования общественного мнения с учетом специфики деятельности органов государственной (муниципальной) власти. Уметь: формировать и продвигать имидж государственной и муниципальной службы, применяя технологии PR и учитывая современные PR-проекты и программы при принятии управленческих решений. Владеть: приемами предоставления интересов и официальной информации органов власти и навыками применения базовых технологий для формирования общественного мнения.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Управление общественными отношениями» представляет собой дисциплину базовой части части дисциплин (модулей) ОПОП по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление.

Освоение дисциплины базируется на знаниях, сформированных у обучающихся при изучении дисциплин «Политология», «Социология», «Теория управления», «Основы государственного и муниципального управления», «Государственная и муниципальная служба», «История государственного управления».

Знания, умения, навыки и компетенции, полученные обучающимися при изучении данной дисциплины, находят широкое применение в творческой и научно-исследовательской деятельности, при подготовке курсовых работ и выпускной квалификационной работы бакалавра.

Дисциплина «Управление общественными отношениями» изучается на 4 курсе (7 семестр), вид промежуточной аттестации – экзамен.

## 3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы (разделяется по формам обучения)

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 зачетные единицы для очной формы обучения (ЗЕ), 180 академических часов.

### 3.1. Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
<b>Аудиторные занятия* (контактная работа)</b>	<b>90</b>	<b>90</b>			
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции (Л)	36	36			
Практические занятия (ПЗ)	54	54			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
<b>Самостоятельная работа* (всего)</b>	<b>54</b>	<b>54</b>			
В том числе:	-	-	-	-	-
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат (при наличии)					
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	54	54			
Вид промежуточной аттестации – экзамен	36	36			
Общая трудоемкость:	часы	180	180		
	зачетные единицы	5	5		

### 3.2. Заочная форма обучения

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры			
			7			
<b>Аудиторные занятия* (контактная работа)</b>		16	16			
В том числе:		-	-	-	-	-
Лекции (Л)		6	6			
Практические занятия (ПЗ)		10	10			
Семинары (С)						
Лабораторные работы (ЛР)						
<b>Самостоятельная работа* (всего)</b>		155	155			
В том числе:		-	-	-	-	-
Курсовой проект (работа)						
Расчетно-графические работы						
Реферат (при наличии)						
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>		155	155			
Вид промежуточной аттестации – экзамен		9	9			
Общая трудоемкость:	часы	180	180			
	зачетные единицы	5	5			

\* для обучающихся по индивидуальному учебному плану количество часов контактной и самостоятельной работы устанавливается индивидуальным учебным планом<sup>1</sup>.

## 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

### 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

#### Для очной формы обучения

№ п/п	Разделы дисциплины	Общая трудоемкость (часов)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции
			аудиторные учебные занятия		СРС		
		всего	лекции	семинары, практические занятия			
1.	Общественные	12	4	4	4	доклад,	ОПК-3,

для обучающихся по индивидуальному учебному плану – учебному плану, обеспечивающему освоение соответствующей образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (в том числе при ускоренном обучении, для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, для лиц, зачисленных для продолжения обучения в соответствии с частью 5 статьи 5 Федерального закона от 05.05.2014 №84-ФЗ «Об особенностях правового регулирования отношений в сфере образования в связи с принятием в Российскую Федерацию Республики Крым и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»).

№ п/п	Разделы дисциплины	Общая трудоемкость (часов)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)		СРС	Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции
			аудиторные учебные занятия				
			лекции	семинары, практические занятия			
	отношения: определение и история развития					тестирование	ПК-11
2.	Правовые и этические основы общественных отношений	12	2	4	6	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
3.	Коммуникации как основа общественных отношений	12	2	4	6	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
4.	Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений	14	4	6	4	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
5.	Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений	14	4	6	4	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
6.	Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений	10	2	4	4	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
7.	Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)	10	2	4	4	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
8.	Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	12	4	4	4	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
9	Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью	12	4	4	4	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
10	Имидж как средство	12	2	6	4	доклад,	ОПК-3,

№ п/п	Разделы дисциплины	Общая трудоемкость (часов)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)		СРС	Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции
			аудиторные учебные занятия				
			все	лекции			
	общественных отношений					тестирование	ПК-11
11	Антикризисные общественные отношения	12	4	4	4	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
12	Общественные отношения в государственном секторе	12	2	4	6	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
	Экзамен	36					
Итого:		<b>180</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	<b>54</b>		

***Для заочной формы обучения***

№ п/п	Разделы дисциплины	Общая трудоемкость (часов)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)		СРС	Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции
			аудиторные учебные занятия				
			все	лекции			
1.	Общественные отношения: определение и история развития	14	0,5		13,5	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
2.	Правовые и этические основы общественных отношений	14	0,5	0,5	13	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
3.	Коммуникации как основа общественных отношений	14	0,5	0,5	13	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
4.	Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений	15	0,5	1	13,5	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
5.	Основные организационные формы деятельности в сфере	15	0,5	1	13,5	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11



№ п/п	Разделы дисциплины	Общая трудоемкость (часов)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)		СРС	Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции
			аудиторные учебные занятия				
			лекции	семинары, практические занятия			
	общественных отношений						
6.	Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений	14	0,5	1	12,5	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
7.	Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)	14	0,5	1	12,5	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
8.	Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	14	0,5	1	12,5	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
9	Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью	14	0,5	1	12,5	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
10	Имидж как средство общественных отношений	14	0,5	1	12,5	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
11	Антикризисные общественные отношения	14	0,5	1	12,5	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
12	Общественные отношения в государственном секторе	15	0,5	1	13,5	доклад, тестирование	ОПК-3, ПК-11
	Экзамен	9					
	<b>Итого:</b>	<b>180</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>155</b>		

#### 4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Наименование тем дисциплины	Содержание
Тема 1. Общественные отношения: определение и	Природа общественных отношений. Разновидности и система общественных отношений. Особенности общественных отношений в открытом (функциональный подход) и закрытом (функциональный подход) обществах. Подходы к определению общественных отношений

Наименование тем дисциплины	Содержание
история развития	(public relations) как науки и сферы деятельности. Субъект и объект общественных отношений. Цели и задачи общественных отношений. Принципы и функции общественных отношений. История становления общественных отношений как сферы деятельности. Особенности проявления общественных отношений в античности и средневековье. Зарождение основ общественных отношений как сферы деятельности в современном их понимании. Особенности общественных отношений в XIX-XX веках. Становление общественных отношений как сферы деятельности в России. Взаимосвязь и различия общественных отношений как сферы деятельности с пропагандой, рекламой, маркетингом и др.
Тема 2. Правовые и этические основы общественных отношений	Практика зарубежного правового регулирования общественных отношений. Правовое регулирование деятельности международных организаций в сфере общественных отношений. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу общественных отношений органов государственной власти Российской Федерации и органов государственной власти субъектов Российской Федерации с гражданами, средствами массовой информации, политическими партиями и движениями, коммерческими и некоммерческими организациями, предприятиями и учреждениями. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность: законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей. Этические нормы профессионального поведения. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов в сфере общественных отношений. Этические хартии, кодексы и декларации в сфере общественных отношений.
Тема 3. Коммуникации как основа общественных отношений	Сущность и особенности коммуникаций в сфере общественных отношений. Межличностная, групповая и массовая коммуникация. Прямая и опосредованная коммуникация. Классификация типов коммуникаций Й. Борвика и Б. ван Каама. Коммуникационные каналы, их емкость. Построение и виды коммуникационной сети в сфере общественных отношений. Вербальные, невербальные и технические средства коммуникаций. Базовые модели коммуникаций: модель Г. Лассуэла, модель Дж. Гербнера, модель Шеннона-Уивера. Концепция «лидеров» мнений П. Лазарсфельда, Б. Берельсона и Х. Годэ. Коммуникативная модель общественных отношений Дж. Грюника и Т. Ханта. Прикладное значение теорий коммуникаций в сфере управления общественными отношениями.
Тема 4. Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений	Понятия «толпа», «масса», «общественность» и их различия (теория Г. Блумера). Основные сущностные признаки общественности. Типология групп общественности. Закономерности функционирования групп общественности. Определение понятий «лидеры мнений» и «группы интересов». Целевые и приоритетные группы общественности. Каналы выхода на различные группы общественности: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия. Суть общественного мнения и его роль в сфере общественных отношений (15 законов Х. Кентрила). Основные функции общественного мнения. Характерные особенности общественного мнения как социального института (направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность).

Наименование тем дисциплины	Содержание
	<p>Структура общественного мнения. Субъект общественного мнения и механизмы его выявления. Объекты общественного мнения и критерии их определения. Источники формирования общественного мнения: индивидуальный опыт, опыт «других», слухи. Приемы формирования общественного мнения: стихийные и рациональные. Показатели качественной определенности общественного мнения. Способы и механизмы управления общественным мнением: убеждение, влияние, манипулирование; социальная установка (принцип доминанты А.А. Ухтомского); стереотипы: свойства, формы проявления (кодирование общественного сознания, миф). «Вечные» стереотипы, типовые стереотипы, отрицательные и положительные стереотипы. Приемы выявления стереотипов. Определение и типы мифов. Характерные черты мифологического сообщения. Распространенные мифологемы.</p>
<p>Тема 5. Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений</p>	<p>Основные сферы деятельности и роль специалиста по общественным отношениям: информирование общественности, формирование общественного мнения, управление кризисными ситуациями. Личные качества и квалификация специалиста по общественным отношениям. Функции и основные направления деятельности подразделения по общественным отношениям. Собственный отдел или департамент: преимущества и недостатки. Структура отдела. Консультирование в сфере общественных отношений: независимый консультант-эксперт, консультационная фирма. Виды агентств по деятельности в сфере общественных отношений: типовое агентство, полного цикла, широкого профиля, специализированное, сетевое; агентства полит-консалтинга и одного клиента; агентства аффилированное и независимое международное. Структура типового агентства. Выбор компании: конкурсный и выборочный методы.</p>
<p>Тема 6. Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений</p>	<p>Кампания в сфере общественных отношений: основные определения и задачи. Отличие кампании в сфере общественных отношений от рекламной кампании. Типология кампаний в сфере общественных отношений. Общая схема кампании в сфере общественных отношений: формула RACE, модифицированная концепция ROPE. Аналитический этап кампании в сфере общественных отношений. Понятие и общая характеристика исследования в контексте общественных отношений. Направления исследований на этапе подготовки кампании в сфере общественных отношений. Виды и методы исследований в сфере общественных отношений: использование статистики, вторичные исследования, тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, социологические исследования аудитории, общественного мнения. Изучение общественного мнения: выборка, рейтинговая шкала, социологические опросы, групповое интервью, контентанализ, фокус-группа. Шестиэтапная модель планирования кампании в сфере общественных отношений. Определение целей кампании, разработка стратегии и тактики ее реализации. Материально-техническое и финансовое обеспечение реализации в сфере общественных отношений. Практическая реализация кампании в сфере общественных отношений. Проблема коммуникаций при реализации кампании. Проведение кампании в условиях ограниченных ресурсов. Учет и контроль при реализации кампании в сфере общественных отношений. Оценка эффективности кампании в сфере общественных отношений: методика EAV, методика Г. Тульчинского, подход компании Sinicas</p>

Наименование тем дисциплины	Содержание
	Communications Inc и др. Учет российской специфики при использовании современных методов оценки эффективности кампании.
Тема 7. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)	<p>Определение и характеристики основных СМИ. Сходство и различия основных СМИ. Необходимость и принципы взаимодействия со СМИ. Функции СМИ по А. Катлу и А. Каду: антенны, призмы, фокуса, усилителя, эха. Понятие и составление медиа-карты. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественных отношений. Стратегия и тактика использования СМИ в сфере общественных отношений, общие принципы взаимодействия со СМИ. Организационные формы взаимодействия со СМИ: пресс-секретарь и прессслужба. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ – media relation. Различия и сходство в работе пресс-секретаря и специалиста в сфере общественных отношений.</p> <p>Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро. Пресс-посредничество как важнейший метод работы в сфере общественных отношений: комплексные информационные услуги, подготовка информационных материалов, мониторинг прессы, спин-мастерская деятельность, паблисити, «джинса». Виды рабочих мероприятий для СМИ: пресс-конференция, брифинг, пресстур, интервью, встреча без галстуков и др. Документальные материалы для СМИ: бэкграундер, пресс-релиз, медиакит и др.</p>
Тема 8. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	<p>Новостная информация как объект взаимодействия организации и СМИ. Понятие «информационного повода». Определение и классификация новостей. Основной и дополнительный вес новости. Приемы конструирования новостной информации: использование праздничных и памятных дат; подходы, позволяющие усилить новость; метод «продлонгирования» новости. Механизм управления новостной информацией: формирование собственного информационного потока, сегментирование информационного потока, манипулирование информацией, приоритетная постановка информации, информационное партнерство. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала. Формы подачи информационно-новостных материалов. PR-текст: понятие, типология, особенности. Требования к подготовке PR-текстов. Речи, их написание и произнесение. Выступления на радио и телевидении</p>
Тема 9. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью	<p>Виды документов для внешней и внутренней общественности: концепция, программы, бюджет, отчет, флаеры, брошюры. Специальные мероприятия в сфере общественных отношений: определение и функции. Выставки и ярмарки: организация проведения и основные проблемы. Презентации: их цели и особенности. Конференции: виды и правила подготовки. Приемы, их сущность, назначение и подготовка проведения. Церемонии открытия и дни открытых дверей. Специальные методы: спонсорство, благотворительность, фандрейзинг, спичрайтинг, организация перформансов и др. Внутрикорпоративные общественные отношения. Информационное поле внутри организации: внутрикорпоративные печатные издания, рассылка новостей по e-mail, доски объявлений, совместное празднование событий, мероприятия для детей сотрудников, спортивные мероприятия и др.</p>
Тема 10. Имидж как средство	Понятие и роль имиджа в сфере общественных отношений. Уровни и разновидности имиджа. Основные структурные модели. Персональный

Наименование тем дисциплины	Содержание
общественных отношений	<p>имидж: основные характеристики (непроверяемость, эмоциональность, гармоничность, управляемость, идеальность, целостность, стереотипичность, реалистичность, гуманистичность, вариабельность). Составляющие характеристики: биологические, коммуникативные, социальные, мифологические, профессиональные, контекстные, кредо. Особенности персонального имиджа в органах власти. Самоимидж. Корпоративный имидж: составляющие и законы функционирования. Атрибуты, отличительные черты, габаритные характеристики, миссия, слоган, корпоративная философия, фирменный стиль. Внешний и внутренний корпоративный имидж. Особенности имидживых конструкций в деятельности органов власти: специфика, стереотипы, направленность коммуникаций, характеристика каналов распространения, характер целевой аудитории. Репутация, образ, социальная роль и имидж-взаимозависимость и различия. Основные технологии и проблемы формирования имиджа. Задачи коррекции и модификации имиджа: позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа, отстройка, реклама и антиреклама имиджа. Фирменный стиль как важнейшее средство формирования имиджа.</p>
Тема 11. Антикризисные общественные отношения	<p>Понятие кризиса как чрезвычайного происшествия. Основные события, вызывающие кризис. Причины возникновения кризисов и их классификация. Особенности, характеризующие кризисные ситуации, последствия кризисов. Основные характеристики деятельности в сфере общественных отношений в условиях подготовки к кризисам и во время их развития. Основные части антикризисной программы в сфере общественных отношений. Типичные ошибки, совершаемые в процессе общественных отношений во время кризиса. Работа с последствиями кризиса. Процедурные технологии в сфере общественных отношений. Переговоры: понятие и функции. Стадии процесса переговоров. Понятие и цель фасилитации. Роль фасилитатора. Три главные составляющие фасилитации. Модель групповой эффективности: групповой процесс; групповая структура; организационный контекст. Диагноз группового поведения. Этапы фасилитации. Понятие медиации и ее роль в связях с общественностью. Стадии процесса медиации.</p>
Тема 12. Общественные отношения в государственном секторе	<p>Понятие информационной политики. Основные проблемы и тенденции развития информационной политики в Российской Федерации. Информационная политика государственных и муниципальных органов власти. Каналы распространения информации. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти. Пресс-служба органа власти: организация, структура, функции. Примерное Положение о деятельности пресс-службы. Общественные отношения как неотъемлемая часть избирательных технологий. Специфика общественных отношений в избирательной кампании: понятие и характеристика основных направлений. Сбор средств и их распределение. Определение предвыборной стратегии кандидата. Определение средств доведения до избирателей необходимой информации. Предвыборная работа с кандидатами, электоратом. Каналы личной и неличной коммуникации кандидата с избирателями. Подготовка кандидата к публичному выступлению. Встречи с избирателями. Участие в теледебатах, публичных дискуссиях. Организация работы общественной приемной. Подготовка и</p>

Наименование тем дисциплины	Содержание
	проведение зрелищных, культурных, спортивных мероприятий. Лоббирование.

#### 4.2.1 Тематический план лекций

№ раздела	Раздел дисциплины	Тематика лекций	Трудоемкость (час.)	
			ОФО	ЗФО
1.	Тема 1. Общественные отношения: определение и история развития	Л. 1. Общественные отношения: определение и история развития	4	0,5
2.	Тема 2. Правовые и этические основы общественных отношений	Л. 2. Правовые и этические основы общественных отношений	2	0,5
3.	Тема 3. Коммуникации как основа общественных отношений	Л. 3. Коммуникации как основа общественных отношений	2	0,5
4.	Тема 4. Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений	Л. 4. Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений	4	0,5
5.	Тема 5. Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений	Л. 5. Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений	4	0,5
6.	Тема 6. Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений	Л. 6. Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений	2	0,5
7.	Тема 7. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)	Л. 7. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)	2	0,5
8.	Тема 8. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	Л. 8. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	4	0,5
9	Тема 9. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью	Л. 9. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью	4	0,5
10	Тема 10. Имидж как средство общественных отношений	Л. 10. Имидж как средство общественных отношений	2	0,5
11	Тема 11. Антикризисные общественные отношения	Л. 11. Антикризисные общественные отношения	4	0,5
12	Тема 12. Общественные отношения в государственном секторе	Л. 12. Общественные отношения в государственном секторе	2	0,5
Итого			36	6

#### 4.2.2 Тематический план практических занятий (семинаров)

№ раздела	Раздел дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Формы текущего контроля	Трудоемкость (час.)	
				ОФО	ЗФО
1.	Тема 1. Общественные отношения: определение и история развития	ПЗ. 1. Общественные отношения: определение и история развития	Доклад, тест	4	
2.	Тема 2. Правовые и этические основы общественных отношений	ПЗ. 2. Правовые и этические основы общественных отношений	Доклад, тест	4	0,5
3.	Тема 3. Коммуникации как основа общественных отношений	ПЗ. 3. Коммуникации как основа общественных отношений	Доклад, тест	4	0,5
4.	Тема 4. Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений	ПЗ. 4. Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений	Доклад, тест	6	1
5.	Тема 5. Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений	ПЗ. 5. Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений	Доклад, тест	6	1
6.	Тема 6. Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений	ПЗ. 6. Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений	Доклад, тест	4	1
7.	Тема 7. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)	ПЗ. 7. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)	Доклад, тест	4	1
8.	Тема 8. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	ПЗ. 8. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	Доклад, тест	4	1
9	Тема 9. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью	ПЗ. 9. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью	Доклад, тест	4	1
10	Тема 10. Имидж как средство общественных отношений	ПЗ. 10. Имидж как средство общественных отношений	Доклад, тест	6	1
11	Тема 11. Антикризисные общественные отношения	ПЗ. 11. Антикризисные общественные отношения	Доклад, тест	4	1
12	Тема 12. Общественные отношения в государственном секторе	ПЗ. 12. Общественные отношения в государственном секторе	Доклад, тест	4	1
Итого				54	10

## **Планы практических занятий (семинаров)**

Практическое занятие №1.

Тема: Общественные отношения: определение и история развития

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Природа общественных отношений. Разновидности и система общественных отношений.
2. Подходы к определению общественных отношений (public relations) как науки и сферы деятельности.
3. Субъект и объект общественных отношений. Цели и задачи общественных отношений.
4. Принципы и функции общественных отношений.
5. История становления общественных отношений как сферы деятельности.
6. Особенности проявления общественных отношений в античности и средневековье.
7. Зарождение основ общественных отношений как сферы деятельности в современном их понимании.
8. Особенности общественных отношений в XIX-XX веках.
9. Становление общественных отношений как сферы деятельности в России.
10. Взаимосвязь и различия общественных отношений как сферы деятельности с пропагандой, рекламой, маркетингом и др.

Формы и методы проведения занятия, виды учебной деятельности студентов: семинар, самостоятельное изучение теоретических и практических аспектов рассматриваемых вопросов

Практическое занятие №2.

Тема: Правовые и этические основы общественных отношений

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Практика зарубежного правового регулирования общественных отношений.
2. Правовое регулирование деятельности международных организаций в сфере общественных отношений.
3. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу общественных отношений органов государственной власти с гражданами, средствами массовой информации, политическими партиями и движениями, коммерческими и некоммерческими организациями, предприятиями и учреждениями.
4. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность: законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей.
5. Этические нормы профессионального поведения.
6. Этические хартии, кодексы и декларации в сфере общественных отношений.

Формы и методы проведения занятия, виды учебной деятельности студентов: семинар, самостоятельное изучение теоретических и практических аспектов рассматриваемых вопросов

Практическое занятие №3.

Тема: Коммуникации как основа общественных отношений

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Сущность и особенности коммуникаций в сфере общественных отношений.
2. Межличностная, групповая и массовая коммуникация. Прямая и опосредованная коммуникация.
3. Классификация типов коммуникаций Й. Борвика и Б. ван Каама.
4. Коммуникационные каналы, их емкость.
5. Построение и виды коммуникационной сети в сфере общественных отношений. Вербальные, невербальные и технические средства коммуникаций.
6. Базовые модели коммуникаций: модель Г. Лассуэла, модель Дж. Гербнера, модель Шеннона-Уивера.



7. Концепция «лидеров» мнений П. Лазарсфельда, Б. Берельсона и Х. Годэ.
8. Коммуникативная модель общественных отношений Дж. Грюника и Т. Ханта.
9. Прикладное значение теорий коммуникаций в сфере управления общественными отношениями.

Формы и методы проведения занятия, виды учебной деятельности студентов: семинар, самостоятельное изучение теоретических и практических аспектов рассматриваемых вопросов

#### Практическое занятие №4.

Тема: Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):
2. Понятия «толпа», «масса», «общественность» и их различия (теория Г. Блумера).
3. Основные сущностные признаки общественности. Типология групп общественности.
4. Закономерности функционирования групп общественности.
5. Определение понятий «лидеры мнений» и «группы интересов».
6. Целевые и приоритетные группы общественности.
7. Каналы выхода на различные группы общественности: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия.
8. Суть общественного мнения и его роль в сфере общественных отношений (15 законов Х. Кендрила).
9. Основные функции общественного мнения. Характерные особенности общественного мнения как социального института (направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность).
10. Структура общественного мнения. Субъект общественного мнения и механизмы его выявления. Объекты общественного мнения и критерии их определения.
11. Источники формирования общественного мнения: индивидуальный опыт, опыт «других», слухи.
12. Приемы формирования общественного мнения: стихийные и рациональные. Показатели качественной определенности общественного мнения.
13. Способы и механизмы управления общественным мнением: убеждение, влияние, манипулирование; социальная установка (принцип доминанты А.А. Ухтомского); стереотипы: свойства, формы проявления (кодирование общественного сознания, миф).
14. «Вечные» стереотипы, типовые стереотипы, отрицательные и положительные стереотипы. Приемы выявления стереотипов.
15. Определение и типы мифов. Характерные черты мифологического сообщения. Распространенные мифологемы.

Формы и методы проведения занятия, виды учебной деятельности студентов: семинар, самостоятельное изучение теоретических и практических аспектов рассматриваемых вопросов

#### Практическое занятие №5.

Тема: Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Основные сферы деятельности и роль специалиста по общественным отношениям: информирование общественности, формирование общественного мнения, управление кризисными ситуациями.
2. Личные качества и квалификация специалиста по общественным отношениям.
3. Функции и основные направления деятельности подразделения по общественным отношениям. Собственный отдел или департамент: преимущества и недостатки. Структура отдела.

4. Консультирование в сфере общественных отношений: независимый консультант-эксперт, консультационная фирма.
5. Виды агентств по деятельности в сфере общественных отношений: типовое агентство, полного цикла, широкого профиля, специализированное, сетевое; агентства полит-консалтинга и одного клиента; агентства аффилированное и независимое международное.
6. Структура типового агентства.
7. Выбор компании: конкурсный и выборочный методы.

Формы и методы проведения занятия, виды учебной деятельности студентов: семинар, самостоятельное изучение теоретических и практических аспектов рассматриваемых вопросов

#### Практическое занятие №6.

Тема: Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Кампания в сфере общественных отношений: основные определения и задачи.
2. Типология кампаний в сфере общественных отношений.
3. Общая схема кампании в сфере общественных отношений.
4. Понятие и общая характеристика исследования в контексте общественных отношений. Направления исследований на этапе подготовки кампании в сфере общественных отношений.
5. Виды и методы исследований в сфере общественных отношений.
6. Изучение общественного мнения: выборка, рейтинговая шкала, социологические опросы, групповое интервью, контентанализ, фокус-группа.
7. Шестиэтапная модель планирования кампании в сфере общественных отношений.
8. Определение целей кампании, разработка стратегии и тактики ее реализации.
9. Практическая реализация кампании в сфере общественных отношений. Проблема коммуникаций при реализации кампании.
10. Проведение кампании в условиях ограниченных ресурсов. Учет и контроль при реализации кампании в сфере общественных отношений.
11. Оценка эффективности кампании в сфере общественных отношений.
12. Учет российской специфики при использовании современных методов оценки эффективности кампании.

Формы и методы проведения занятия, виды учебной деятельности студентов: семинар, самостоятельное изучение теоретических и практических аспектов рассматриваемых вопросов

#### Практическое занятие №7.

Тема: Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Определение и характеристики основных СМИ. Сходство и различия основных СМИ.
2. Функции СМИ.
3. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественных отношений.
4. Стратегия и тактика использования СМИ в сфере общественных отношений, общие принципы взаимодействия со СМИ.
5. Организационные формы взаимодействия со СМИ: пресс-секретарь и прессслужба.
6. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ – media relation.
7. Виды рабочих мероприятий для СМИ: пресс-конференция, брифинг, пресстур, интервью, встреча без галстуков и др.
8. Документальные материалы для СМИ: бэкграундер, пресс-релиз, медиакит и др.

Формы и методы проведения занятия, виды учебной деятельности студентов: семинар,

самостоятельное изучение теоретических и практических аспектов рассматриваемых вопросов

Практическое занятие №8.

Тема: Менеджмент новостей и конструирование новостной информации

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Новостная информация как объект взаимодействия организации и СМИ.
2. Понятие «информационного повода».
3. Определение и классификация новостей. Основной и дополнительный вес новости.
4. Приемы конструирования новостной информации.
5. Механизм управления новостной информацией.
6. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала.

Формы подачи информационно-новостных материалов.

7. PR-текст: понятие, типология, особенности. Требования к подготовке PR-текстов.
8. Речи, их написание и произнесение. Выступления на радио и телевидении

Формы и методы проведения занятия, виды учебной деятельности студентов: семинар, самостоятельное изучение теоретических и практических аспектов рассматриваемых вопросов

Практическое занятие №9.

Тема: Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Виды документов для внешней и внутренней общественности.
2. Специальные мероприятия в сфере общественных отношений: определение и функции.
3. Выставки и ярмарки: организация проведения и основные проблемы.
4. Презентации: их цели и особенности.
5. Конференции: виды и правила подготовки.
6. Приемы, их сущность, назначение и подготовка проведения.
7. Церемонии открытия и дни открытых дверей.
8. Внутрикorporативные общественные отношения. Информационное поле внутри организации.

Формы и методы проведения занятия, виды учебной деятельности студентов: семинар, самостоятельное изучение теоретических и практических аспектов рассматриваемых вопросов

Практическое занятие №10.

Тема: Имидж как средство общественных отношений

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Понятие и роль имиджа в сфере общественных отношений.
2. Уровни и разновидности имиджа. Основные структурные модели.
3. Персональный имидж. Особенности персонального имиджа в органах власти.
4. Корпоративный имидж: составляющие и законы функционирования.
5. Внешний и внутренний корпоративный имидж.
6. Особенности имидживых конструкций в деятельности органов власти: специфика, стереотипы, направленность коммуникаций, характеристика каналов распространения, характер целевой аудитории.
7. Репутация, образ, социальная роль и имидж-взаимозависимость и различия.
8. Основные технологии и проблемы формирования имиджа.
9. Задачи коррекции и модификации имиджа: позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа, отстройка, реклама и антиреклама имиджа.
10. Фирменный стиль как важнейшее средство формирования имиджа.

Формы и методы проведения занятия, виды учебной деятельности студентов: семинар, самостоятельное изучение теоретических и практических аспектов рассматриваемых вопросов

### Практическое занятие №11.

Тема: Антикризисные общественные отношения

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Понятие кризиса как чрезвычайного происшествия. Основные события, вызывающие кризис.
2. Причины возникновения кризисов и их классификация.
3. Особенности, характеризующие кризисные ситуации, последствия кризисов.
4. Основные характеристики деятельности в сфере общественных отношений в условиях подготовки к кризисам и во время их развития.
5. Основные части антикризисной программы в сфере общественных отношений.
6. Типичные ошибки, совершаемые в процессе общественных отношений во время кризиса.
7. Работа с последствиями кризиса.
8. Процедурные технологии в сфере общественных отношений.
9. Переговоры: понятие и функции. Стадии процесса переговоров.
10. Понятие и цель фасилитации. Роль фасилитатора. Три главные составляющие фасилитации.
11. Модель групповой эффективности: групповой процесс; групповая структура; организационный контекст.
12. Понятие медиации и ее роль в связях с общественностью. Стадии процесса медиации.

Формы и методы проведения занятия, виды учебной деятельности студентов: семинар, самостоятельное изучение теоретических и практических аспектов рассматриваемых вопросов

### Практическое занятие №12.

Тема: Общественные отношения в государственном секторе

Основные вопросы (рассматриваемые на занятии):

1. Понятие информационной политики. Основные проблемы и тенденции развития информационной политики в Российской Федерации.
2. Информационная политика государственных и муниципальных органов власти.
3. Каналы распространения информации. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти.
4. Пресс-служба органа власти: организация, структура, функции. Примерное Положение о деятельности пресс-службы.
5. Общественные отношения как неотъемлемая часть избирательных технологий.
6. Специфика общественных отношений в избирательной кампании: понятие и характеристика основных направлений.
7. Определение предвыборной стратегии кандидата. Определение средств доведения до избирателей необходимой информации.
8. Предвыборная работа с кандидатами, электоратом.
9. Каналы личной и неличной коммуникации кандидата с избирателями.
10. Подготовка кандидата к публичному выступлению. Встречи с избирателями. Участие в теледебатах, публичных дискуссиях.
11. Организация работы общественной приемной. Подготовка и проведение зрелищных, культурных, спортивных мероприятий.
12. Лоббирование.

### **5. Самостоятельная работа студентов (СРС)**

Для самостоятельной работы обучающихся разработаны следующие учебно-методические материалы:

- рекомендации по подготовке к практическим занятиям по данной дисциплине;

- рекомендации по организации самостоятельной работы студентов;
- терминологический словарь по дисциплине;
- перечень вопросов для самоконтроля по самостоятельно изученным темам.

Самостоятельная работа заключается:

- в самостоятельной подготовке студента к лекции – чтение конспекта предыдущей лекции. Это помогает лучше понять материал новой лекции, опираясь на предшествующие знания. В начале лекции проводится устный или письменный экспресс-опрос студентов по содержанию предыдущей лекции;
- в подготовке к практическим занятиям по основным и дополнительным источникам литературы;
- в выполнении домашних заданий;
- в самостоятельном изучении отдельных тем или вопросов по Интернет-источникам;
- в самостоятельном поиске информации в Интернет-источниках, в СПС и профессиональных базах знаний.

Целью самостоятельной работы студентов является закрепление теоретического материала и развитие практических навыков.

Особое место в процессе изучения дисциплины занимает работа с различными источниками информации: научной и учебно-методической литературой.

1. Для подготовки к лекционным занятиям, где раскрываются основные теоретические положения дисциплины, студенты должны готовить конкретные проблемные ситуации, требующие специфических подходов и решений в соответствии с вышеназванным курсом. На лекциях формируется способность порождать новые идеи; формулировать и решать задачи, возникающие в ходе учебной деятельности будущего бакалавра и требующие углубленных знаний взаимодействия руководителей и подчиненных в процессе совместной профессиональной деятельности, определение потребности в теории и методах управления; современных компьютерных технологий сбора, хранения, переработки и представления информации; вести библиографическую работу с привлечением современных информационных технологий; представлять итоги проделанной работы в виде отчетов, рефератов, статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных средств редактирования и печати.

2. На семинарских занятиях акцент делается на самостоятельной работе студентов по освоению разделов дисциплины, имеющих особую значимость для практической и научно-исследовательской деятельности. В ходе реализации практического блока занятий рассматриваются наиболее важные и актуальные проблемы дисциплины; анализируются, обсуждаются и самостоятельно решаются конкретные ситуационные задачи, студенты готовят сообщения или доклады, презентации на предложенные преподавателем темы, указанные в настоящей программе. В целях выявления знаний у студентов осуществляется обмен вопросами и ответами под контролем преподавателя.

3. Самостоятельная работа студентов предполагает получение дополнительных знаний и подходов к решению задач в основной и

дополнительной литературе и электронных источниках Интернет; решений кейсов, выполнение тестов, мультимедийной презентации по выбранной теме; подготовку доклада, к защитам индивидуальных заданий, собеседовании зачету и т.д.

Изучение теоретического материала, с учетом опыта его применения на практических занятиях при устном опросе (собеседовании), при выполнении тестов, контрольных работ и индивидуальных заданий (в том числе лабораторных работ), сдаче экзамена.

Форма аттестации результатов изучения дисциплины в соответствии с учебным планом направления 38.03.04 Государственное муниципальное управление – экзамен.

Тема (раздел)	Содержание заданий, выносимых на СРС	Код формируемых компетенций	Количество часов		Формы контроля
			ОФО	ЗФО	
Тема 1. Общественные отношения: определение и история развития	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование литературы	ОПК-3, ПК-11	4	13,5	доклад, тестирование
Тема 2. Правовые и этические основы общественных отношений	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование литературы	ОПК-3, ПК-11	6	13	доклад, тестирование
Тема 3. Коммуникации как основа общественных отношений	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование литературы	ОПК-3, ПК-11	6	13	доклад, тестирование
Тема 4. Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование литературы	ОПК-3, ПК-11	4	13,5	доклад, тестирование
Тема 5. Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование литературы	ОПК-3, ПК-11	4	13,5	доклад, тестирование
Тема 6. Организация и проведение кампаний в сфере	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование	ОПК-3, ПК-11	4	12,5	доклад, тестирование

общественных отношений	литературы				
Тема 7. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование литературы	ОПК-3, ПК-11	4	12,5	доклад, тестирование
Тема 8. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование литературы	ОПК-3, ПК-11	4	12,5	доклад, тестирование
Тема 9. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование литературы	ОПК-3, ПК-11	4	12,5	доклад, тестирование
Тема 10. Имидж как средство общественных отношений	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование литературы	ОПК-3, ПК-11	4	12,5	доклад, тестирование
Тема 11. Антикризисные общественные отношения	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование литературы	ОПК-3, ПК-11	4	12,5	доклад, тестирование
Тема 12. Общественные отношения в государственном секторе	Выполнение заданий для подготовки к практическим занятиям, изучение и конспектирование литературы	ОПК-3, ПК-11	6	13,5	доклад, тестирование
Итого			54	155	

## 6. Оценочные средства

В результате освоения дисциплины «Управление общественными отношениями» ООП по направлению 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

– способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

– владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11).

Этапы формирования компетенций:

1. Чтение курса лекций по дисциплине (формы и методы – мультимедийные лекция-объяснение, лекция-визуализация, с привлечением формы тематической дискуссии, беседы, анализа конкретных ситуаций). На лекциях формируется способность порождать новые идеи; формулировать и решать задачи, возникающие в ходе учебной деятельности будущего бакалавра и требующие углубленных знаний современных компьютерных технологий сбора, хранения, переработки и представления информации; вести библиографическую работу; представлять итоги проделанной работы в виде отчетов, рефератов, статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных средств редактирования и печати.

2. Проведение практических занятий (формы и методы – постановка проблемных познавательных задач, методы активного обучения: «круглый стол», анализ конкретных ситуаций).

3. Выполнение и защита индивидуальных заданий. Тематика большинства заданий предполагает исследовательскую часть: постановку задачи, анализ подходов к ее решению и практическую часть по ее решению. При этом формируется умение аргументировано излагать свои подходы к решению данной задачи; владение адекватным понятийным аппаратом дисциплины «Управление общественными отношениями».

4. Самостоятельная работа студентов предполагает получение дополнительных знаний и подходов к решению задач и выполнению заданий в дополнительной литературе и электронных источниках Интернет; создание базы данных, мультимедийной презентации по выбранной теме; подготовку доклада, к защитами индивидуальных заданий, коллоквиуму, экзамену и т.д.

Изучение теоретического материала, с учетом опыта его применения на практических занятиях при устном опросе (собеседовании), при выполнении тестов, сдаче экзамена, способствует формированию выше указанных компетенций.

Форма аттестации результатов изучения дисциплины в соответствии с учебным планом направления 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление – экзамен.

### 6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)/ и её формулировка	Наименование оценочного средства
1	Общественные отношения: определение и история развития	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование
2	Правовые и этические основы общественных отношений	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование
3	Коммуникации как основа	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование



№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)/ и ее формулировка	Наименование оценочного средства
	общественных отношений		
4	Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование
5	Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование
6	Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование
7	Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование
8	Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование
9	Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование
10	Имидж как средство общественных отношений	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование
11	Антикризисные общественные отношения	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование
12	Общественные отношения в государственном секторе	ОПК-3, ПК-11	доклад, тестирование

## 6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

### 6.2.1. Экзамен

а) типовые задания (вопросы)

#### Вопросы к экзамену

1. Определение и система общественных отношений.
2. Функциональный и функционерский подходы к общественным отношениям.
3. Многообразие определений понятия «общественные отношения».
4. История становления общественных отношений как сферы деятельности.
5. Правовое регулирование сферы общественных отношений за рубежом.
6. Правовое регулирование общественных отношений в России.
7. Международные и национальные сообщества в сфере общественных отношений.
8. Этические хартии, кодексы и декларации в сфере общественных отношений.
9. Коммуникативная модель общественных отношений.
10. Коммуникативные каналы в сфере общественных отношений и их

емкость.

11. Понятие и основные признаки общественности.
12. Типология групп общественности.
13. Целевые и приоритетные группы общественности.
14. Сущность и основные функции общественного мнения.
15. Характерные особенности общественного мнения.
16. Структура, субъект и объект общественного мнения.
17. Способы и механизмы управления общественным мнением.
18. Основные сферы деятельности и роль специалиста по общественным отношениям.
19. Функции и основные направления деятельности подразделения по общественным отношениям.
20. Консультирование в сфере общественных отношений.
21. Виды агентств по деятельности в сфере общественных отношений.
22. Определение и задачи кампании в сфере общественных отношений.
23. Исследования в сфере общественных отношений.
24. Планирование кампании в сфере общественных отношений.
25. Практическая реализация кампании в сфере общественных отношений.
26. Методики оценки кампании в сфере общественных отношений.
27. Средства массовой информации и правила их использования в сфере общественных отношений.
28. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественных отношений.
29. Организационные формы взаимодействия со СМИ.
30. Пресс-посредничество как важнейший метод работы в сфере общественных отношений.
31. Новостная информация: определение, классификация, основной и дополнительный вес новости.
32. Приемы конструирования новостной информации.
33. Механизмы управления новостной информацией.
34. Формы подачи информационно-новостных материалов.
35. Мероприятия для СМИ.
36. Документальные материалы для СМИ.
37. Виды документов для внешней и внутренней общественности.
38. Специальные мероприятия в сфере общественных отношений.
39. Специальные методы в сфере общественных отношений.
40. Внутрикорпоративные мероприятия и документы в сфере общественных отношений.
41. Понятие и роль имиджа в сфере общественных отношений.
42. Уровни и разновидности имиджа.
43. Особенности персонального имиджа в органах власти.
44. Особенности корпоративного имиджа.
45. Основные технологии и проблемы формирования имиджа.
46. Деятельность в сфере общественных отношений в условиях подготовки к кризисам и во время их развития.

47. Основные части антикризисной программы в сфере общественных отношений.

48. Информационная политика Российской Федерации.

49. Общественные отношения как неотъемлемая часть избирательных технологий.

50. Избирательные технологии в сфере общественных отношений.

**б) Критерии оценивания компетенций (результатов)**

- правильность ответа на вопрос;
- полнота ответа;
- степень понимания содержания предмета;
- логика и аргументированность изложения материала;
- логика и аргументированность изложения;
- приведение примеров, демонстрирующих умение и владение полученными знаниями по темам дисциплины в раскрытии поставленных вопросов;
- культура ответа.

**в) Описание шкалы оценивания**

Оценка «отлично» ставится студенту, если он не только точно и грамотно сформулировал ответ на вопросы билета, но и продемонстрировал сформированность соответствующих компетенций, продемонстрировал способность приводить примеры, аргументировать выводы, формулируемые при ответе. Кроме того, студент должен правильно ответить на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» ставится студенту, который в целом вполне правильно сформулировал ответ на вопрос, но не смог проиллюстрировать свой ответ примерами, провести параллели с современным состоянием данного вопроса.

Оценка «удовлетворительно» ставится студенту, если он не совсем точно дает определения и не может ответить точно на дополнительные вопросы преподавателя.

В противном случае студент получает оценку «неудовлетворительно».

### **6.2.2 Примерные темы докладов**

**а) типовые задания**

1. Айви Ли в истории PR.
2. Вклад Э. Бернайза в развитие PR.
3. Значение деятельности А. Пейджа для развития корпоративных PR.
4. Становление PR за рубежом.
5. История становления российских PR: проблемы и противоречия.
6. Практика зарубежного правового регулирования общественных отношений.
7. Правовое регулирование деятельности международных организаций в сфере общественных отношений.
8. Этические нормы профессионального поведения.

9. Сущность и особенности коммуникаций в сфере общественных отношений.

10. Концепция «лидеров» мнений П. Лазарсфельда, Б. Берельсона и Х. Годэ.

11. Коммуникативная модель общественных отношений Дж. Грюника и Т. Ханта.

12. Классификация типов коммуникаций Й. Борвика и Б. ван Каама.

13. Базовые модели коммуникаций: модель Г. Лассуэла, модель Дж. Гербнера, модель Шеннона-Уивера.

14. Общественное мнение и его роль в сфере общественных отношений.

15. Особенности общественного мнения как социального института.

16. Агентства по деятельности в сфере общественных отношений

17. Характеристика исследования в контексте общественных отношений

18. Виды и методы исследований в сфере общественных отношений.

19. Виды прессы: общенациональная, региональная и местная.

20. Различия газет по тематике и ориентированности на сегменты аудитории.

21. Специфика иллюстрированных журналов.

22. Ленты новостей в интернете: характерные особенности.

23. Основные направления деятельности информационных агентств.

24. Новостная информация как объект взаимодействия организации и СМИ.

25. Мероприятия в сфере общественных отношений: определение и функции.

26. Конструирование персонального имиджа.

27. Имидж известного политика (бизнесмена, спортсмена и т.д.).

28. Перспективы монархической формы правления в современном мире.

29. Роль корпоративной философии и фирменной истории в формировании имиджа организации.

30. Корпоративная идеология

31. Деятельность в сфере общественных отношений в условиях подготовки к кризисам и во время их развития.

32. Информационная политика государственных и муниципальных органов власти.

33. Специфика общественных отношений в избирательной кампании.

### **Требования к форме представления информации в докладе.**

1. В докладе следует разъяснить непривычные термины и символы при первом упоминании в тексте.

2. Иллюстрации и таблицы используются в докладе только в тех случаях, если они помогают раскрыть содержание источника.

3. При подготовке доклада следует избегать длинных, запутанных предложений, общих фраз, повторений, лишних слов и словосочетаний, затрудняющих чтение и восприятие текста.

4. Необходимо избегать штампов и канцеляризмов вроде «заострить вопрос», «вследствие наличия», «в свете», «имеет место», «фактически», «практически» и т.п.

5. Необходимо строго соблюдать единообразие терминов, обозначений, условных сокращений и символов.

6. Надо избегать частого повторения слов, употребления одинаковых словосочетаний и оборотов, двойного упоминания понятий в одной фразе.

В заключении делаются общие выводы.

б) критерии оценивания компетенций (результатов)

– оценка «зачтено» выставляется студенту, если студент в целом раскрыл поставленные в докладе вопросы, доклад отличается актуальностью, новизной, изложение логичное и аргументированное, в работе использованы новейшие информативные данные;

– оценка «не зачтено» выставляется студенту, если студент не раскрыл поставленные в докладе вопросы, изложение не логично, слабо аргументировано, доклад не отличается новизной, в работе не использованы новейшие информативные данные, выводы не отличаются четкостью.

### 6.2.3 Тематика курсовых работ

Курсовая работа по дисциплине «Управление общественными отношениями» не предусмотрена учебным планом.

### 6.2.4 Тестовые задания

а) Типовые задания

№1. PR-это использование информации для влияния на:

- 0) общественное мнение
- 1) государственные органы власти
- 2) средства массовой информации
- 3) покупателей

№2. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается видом профессиональной деятельности?

- 0) с начала XVIII века
- 1) с начала XIX века
- 2) с начала XX века
- 3) с начала XXI века

№3. Какой из указанных ниже этапов не является этапом эволюции PR?

- 0) Эра манипулирования
- 1) Эра информирования
- 2) Эра убеждения
- 3) Эра Интернет-технологий

№4. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

- 0) информация
- 1) законодательные акты
- 2) коммерческие организации
- 3) подручные средства.

№5. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?

- 0) Томасом Джефферсоном
- 1) Деном Форрестолом
- 2) Джоржем Бушем младшим

3) Семом Блейком

№6. Что является целью PR?

- 0) изменение общественного мнения
- 1) повышение уровня продаж
- 2) доведение информации до потребителей
- 3) повышение рейтинга компании

№7. Что является объектом PR?

- 0) средства массовой информации
- 1) общество
- 2) информация
- 3) коммерческие организации

№8. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?

- 0) государственные предприятия
- 1) общество
- 2) органы государственной власти
- 3) коммерческие организации

№9. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:

- 0) создание собственного имиджа
- 1) изучение общественного мнения
- 2) экономический анализ предприятия
- 3) улучшение производственных отношений

№10. Какая функция из перечисленных ниже свойственна PR:

- 0) получение сырья из внешнего окружения
- 1) экономический анализ предприятия
- 2) строительство нового жилья для военнослужащих
- 3) формирование имиджа

№11. Какая функция из нижеуказанных является функцией системы информационного управления?

- 0) Управление персоналом
- 1) Управление информационными потоками
- 2) Управление технологическими связями.
- 3) Управление складскими запасами.

№12. Какая задача из перечисленных ниже является задачей государственной информационной политики?

- 0) Создание новых рабочих мест
- 1) Изменение стереотипов
- 2) Модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры
- 3) Создание собственного имиджа

№13. Информационное управление-это:

- 0) Система мер реализации программы информационного обеспечения PR.
- 1) Система мер реализации государственной информационной политики
- 2) Система мер реализации национальных проектов
- 3) Система мер реализации государственной политики в области СМИ.

№14. Совокупность целей, отражающих национальные интересы России в информационной среде, стратегических направлений их достижения и системы мер их реализации - это:

- 0) Задачи государственной информационной политики
- 1) Информационное управление
- 2) Государственная информационная политика.
- 3) Политика СМИ.

№15. Целью концепции государственной информационной политики РФ является:

- 0) Определение этических норм профессиональной деятельности информационных специалистов
- 1) Определение российского пути построения информационного общества

2) Определение российского пути развития СМИ.

3) Установление норм и правил PR деятельности

№16. Двусторонний симметричный PR -это:

0) метод интервью

1) способ приема информации

2) политика в сфере PR

3) модель коммуникации с общественностью

№17. Процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию-это:

0) определение PR

1) определение информационной политики

2) определение коммуникаций

3) определение информации

№18. Методы осуществления PR в рамках определенной коммуникационной модели - это:

0) определение PR-акции

1) определение PR-коммуникации

2) определение PR-стратегии

3) определение функции PR

№19. Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются:

0) средства массовой информации

1) средства связи

2) службы PR

3) общественность

№20. Что из перечисленного ниже не является компонентом PR коммуникации?

0) содержание сообщения

1) средства передачи сообщения

2) личность, передающее сообщение

3) личность, принимающее сообщение

№21. Почему большевики в 1917 году во главу угла ставили задачу захвата почты и телеграфа, в то время как во время путча начала 90-х годов повстанцы в первую очередь попытались захватить "Останкино"?

0) Чтобы можно было с Останкинской телебашни руководить восстанием

1) Сегодня телевидение является наиболее эффективным средством массовой информации

2) В 1917 году телевидения просто не было, а то захватили бы и его

3) После "Останкино" захватили бы и телеграф

№22. Кто такой MR(медиа рилейшнз)-специалист?

0) PR специалист, работающий со средствами массовой информации

1) PR специалист, разрабатывающий антикризисные мероприятия

2) PR специалист, анализирующий спрос

3) PR специалист, составляющий перспективные планы

№23. Что из перечисленного ниже не является источником новостей для прессы:

0) новостные агентства

1) специальные корреспонденты

2) телеграфные агентства

3) целевые группы

№24. Что из перечисленного ниже является основным средством массовой информации:

0) специальный корреспондент

1) телеграфное агентство

2) радио

3) новостное агентство

№25. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:

- 0) новостной релиз
- 1) пресс-релиз
- 2) стрингер
- 3) медиа-кит

№26. Что из перечисленного ниже не является видом размещения PR информации на радио:

- 0) радиожурнал
- 1) радиопередача
- 2) радиоприем
- 3) новостная программа

№27. Радиожурнал-это:

- 0) вид размещения PR информации на телевидении
- 1) вид размещения PR информации на радио
- 2) вид размещения PR информации в прессе
- 3) вид размещения PR информации в Интернете

№28. Видеоконференция-это:

- 0) вид размещения PR информации на телевидении
- 1) вид размещения PR информации на радио
- 2) вид размещения PR информации в прессе
- 3) вид размещения PR информации в Информагентствах

№29. Какие возможности не может предоставить Интернет для целей PR:

- 0) Получение доступа к базам данных удаленных компьютеров
- 1) Получение и рассылка регулярных выпусков новостей, пресс-релизов
- 2) Доведение информации до людей, не имеющих компьютеров
- 3) Получение и рассылка адресных директ-майл писем

№30. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации

- 0) Телевидение
- 1) Радио
- 2) Пресса
- 3) Интернет

№31. Какой из нижеуказанных кодексов связан с PR деятельностью

- 0) Кодекс профессионального поведения и этики ИПРА (IPRA)
- 1) Уголовный кодекс
- 2) Трудовой кодекс
- 3) Гражданский кодекс

№32. Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов"

- 0) финансовые
- 1) материальные
- 2) этические
- 3) гражданские

№33. Какими документами регулируются правовые основы PR деятельности в Российской Федерации?

- 0) Постановлениями Правительства
- 1) Кодексами профессионального поведения
- 2) Федеральными законами
- 3) Рекомендациями Государственной Думы

№34. Какую сферу деятельности регулирует федеральный закон РФ "О средствах массовой информации":

- 0) PR деятельность
- 1) экономическую деятельность
- 2) политическую деятельность



3) социальную деятельность

№35. Существуют ли профессиональные стандарты поведения специалистов PR, если да, то в каком виде?

0) К сожалению, нет

1) Существуют в виде кодексов профессионального поведения

2) Существуют лишь в проектах

3) Существуют в виде стандартов профессионального поведения

№36. Является ли обязательным для всех специалистов PR выполнение положений Кодексов профессионального поведения?

0) Да, для всех PR специалистов

1) Да, для всех членов организации, принявшей Кодекс

2) Да, в оговоренных случаях

3) Да, для всех PR специалистов страны, в которой был принят Кодекс

№37. Комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы-это:

0) определение PR-кампании

1) содержание плана PR деятельности

2) один из этапов PR кампании

3) анализ эффективности PR кампании

№38. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в последнюю очередь?

0) Планирование PR кампании.

1) Анализ целевой аудитории

2) Определение PR проблемы

3) Анализ эффективности результатов PR кампании

№39. Что из нижеперечисленного не свойственно анализу PR проблемы:

0) анализ истории проблемы

1) анализ причин проблемы

2) прогноз развития и проблемы средств массовой информации

3) как к проблеме относятся средства массовой информации

№40. PR-кампания-это:

0) компания PR специалистов

1) комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы

2) комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного

3) заседание совета журналистов

№41. Что из нижеперечисленного относится к ключевой аудитории при проведении PR кампании:

0) журналисты

1) персонал компаний и члены их семей

2) государственные чиновники

3) обыватели

№42. При проведении PR кампании персонал компании и члены их семей являются:

0) внешней целевой аудиторией

1) внутренней целевой аудиторией

2) ключевой аудиторией

3) корпоративной аудиторией

№43. "План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет" являются составной частью:

0) анализа PR проблемы

1) плана PR кампании

2) анализа целевых аудиторий

3) подведения итогов PR кампании

№44. Точный выбор тех общественных аудиторий, на которые будет направлена вся информационно-коммуникационная деятельность PR кампании является ключевым фактором для:

- 0) анализа результатов PR кампании
- 1) подбора конкретных целевых PR акций и целевых СМИ
- 2) прогнозирования развития СМИ
- 3) определения PR проблемы

№45. Что из перечисленного ниже не может служить качественной оценкой результатов PR кампании:

- 0) оценка имиджа
- 1) общественное мнение
- 2) отношение к компании других групп аудитории
- 3) оценка работы СМИ

№46. Решение PR проблемы является главной задачей:

- 0) PR кампании
- 1) анализа PR проблемы
- 2) анализа целевых аудиторий
- 3) подведения итогов PR кампании

№47. Бюджет PR кампании - это:

- 0) сумма, которую закладывает организация на осуществление PR деятельности
- 1) сумма, которую закладывает организация на покупку средств массовой информации
- 2) сумма, которую закладывает организация на административно-хозяйственные расходы
- 3) сумма, которую закладывает организация на социальные нужды

№48. Какой вид планирования не свойственен планированию PR кампании?

- 0) Стратегическое планирование
- 1) Тактическое планирование
- 2) Оперативное планирование
- 3) Пятилетнее планирование

№49. PR-мероприятие -это:

- 0) комплекс мер по планированию PR кампании
- 1) действия, предпринимаемые службами PR
- 2) мероприятия по улучшению работы СМИ
- 3) план PR кампании

№50. "Политическая PR кампания является:

- 0) видом PR кампании
- 1) средством PR кампании
- 2) целью PR кампании
- 3) средством массовой информации

№51. Укажите правильную последовательность этапов PR кампании:

- 0) определение PR проблемы - выбор общественных групп - планирование PR кампании - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании
- 1) планирование PR кампании - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании
- 2) анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - планирование PR кампании - проведение PR кампании
- 3) планирование PR кампании - анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании

№52. Укажите правильную последовательность эволюции моделей коммуникации:

- 0) манипулятивная модель - модель информирования общественности - двусторонний ассиметричный PR - двусторонний симметричный PR
- 1) манипулятивная модель - двусторонний ассиметричный PR - модель информирования общественности - двусторонний симметричный PR
- 2) модель информирования общественности - манипулятивная модель - двусторонний ассиметричный PR - двусторонний симметричный PR
- 3) двусторонний ассиметричный PR- манипулятивная модель - двусторонний симметричный PR -

модель информирования общественности

№53. Переломный этап в жизни организации, который несет в себе потенциал изменений, развития

организации называется:

- 0) этапом зрелости организации
- 1) кризисной ситуацией
- 2) этапом становления организации
- 3) этапом старения организации

№54. Есть такая точка зрения, что самая важная задача PR специалистов - это:

0) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по скорейшей организации процедуры банкротства предприятия

1) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по предотвращению проблемы, до того, как она перерастет в настоящий кризис

2) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по сокращению издержек производства

3) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по своевременному регулированию численности персонала компании

№55. Кризисная ситуация всегда приводит:

0) к гибели организации

1) либо к гибели организации, либо к появлению новых возможностей ее дальнейшего развития

2) либо к гибели организации, либо к появлению новых возможностей ее дальнейшего развития

3) к смене руководства организации

№56. Без чего конфликтная ситуация не может перерасти в конфликт?

0) Без инцидента

1) Без PR кампании

2) Без участия средств массовой информации

3) Без разработки PR плана выхода из кризиса

№57. Конфликтная ситуация- это

0) ситуация выбора средств массовой информации

1) ситуация оценки противника

2) ситуация противоборства двух или нескольких сторон

3) ситуация полной незаинтересованности в результатах PR акции

№58. Отличаются ли реклама и связи с общественностью по используемым средствам массовой информации:

0) да, отличаются

1) нет, не отличаются

2) иногда цели совпадают

3) иногда цели не совпадают

№59. По каким параметрам из перечисленных ниже PR не отличается от рекламы:

0) инструмент воздействия

1) механизм влияния

2) используемые средства массовой информации

3) степень уникальности материала

№60. Может ли возникать у аудитории ощущение навязывания информации при проведении рекламной кампании:

0) всегда возникает

1) нет, не должно возникать

2) иногда допустимо

3) иногда допустимо

№61. Какую социальную роль играет реклама?

0) реклама помогает старикам и инвалидам обрести уверенность в будущем

1) реклама информирует общественность о событиях в экономике и политике

2) реклама информирует общество о новинках товарного рынка и его тенденциях

3) реклама помогает избавиться от пагубных привычек

№62. Какую экономическую роль играет реклама?

0) реклама помогает сравнивать изделия

1) реклама стимулирует покупателей покупать товары

2) реклама информирует общество о новинках товарного рынка и его тенденциях

3) реклама вносит вклад в эстетические представления

№63. Что из перечисленного ниже является внутренней задачей PR служб коммерческого предприятия?

0) Формирование ассортимента выпускаемой продукции

1) Формирование оригинального имиджа организации

2) Формирование кадрового резерва организации

3) Формирование стратегического плана развития организации

№64. Работники организации являются целевой аудиторией для:

0) бизнес PR

1) политического PR

2) PR силовых структур

3) социального PR

№65. Устойчивый образ в представлении групп общественности - это:

0) определение рекламы

1) определение имиджа

2) определение PR

3) определение товара

№66. Создание позитивного имиджа организации - это:

0) определение миссии организации

1) главная проблема PR в бизнесе

2) задача социального PR

3) определение рекламы

№67. Индивидуальность коммерческой организации является составной частью -

0) тактического поведения компании на рынке

1) коммуникаций

2) имиджа компании

3) кадровой политики

№68. Что из перечисленного ниже входит в классификацию имиджа компании:

0) имидж государственного лидера

1) имидж государственной политики

2) имидж государственной организации

3) имидж государственного флага

№69. С чем из перечисленного ниже не связано понятие "коммуникации организации":

0) с имиджем организации

1) с PR деятельностью организации

2) с рекламой товаров и услуг

3) с бухгалтерией

№70. Влияют ли на имидж организации ее финансовые показатели:

0) да, влияют

1) влияют, если они ухудшаются

2) влияют, если они улучшаются

3) не влияют

№71. Что из перечисленного ниже не входит в понятие "Индивидуальность организации":

0) миссия организации

1) стратегия организации

2) финансовые показатели организации

3) коммуникации организации

№72. Что из перечисленного ниже свойственно деятельности PR менеджера при проведении избирательной кампании:

- 0) медицинское обеспечение кампании
- 1) психологическое обеспечение кампании
- 2) информационное обеспечение кампании
- 3) социологическое обеспечение кампании

№73. Что из перечисленного ниже относится к деятельности PR служб в политике:

- 0) привести к власти политическую партию
- 1) создать имидж коммерческой структуре
- 2) сформировать внешнюю среду, благоприятствующую успеху коммерческой структуры
- 3) сформировать внутреннюю среду, благоприятствующую успеху коммерческой структуры

№74. Электоральный менеджер, это:

- 0) специалист, формирующий имидж кандидата
- 1) специалист, организующий избирательную кампанию кандидата
- 2) специалист, обеспечивающий коммуникации кандидата
- 3) специалист, выявляющий адресную группу кандидата

№75. Что из перечисленного ниже не характерно для работы PR служб при проведении избирательных кампаний:

- 0) сбор информации о регионе, где баллотируется кандидат
- 1) выявление адресной группы кандидата
- 2) формирование имиджа кандидата
- 3) встречи с избирателями

№76. Какие функции из перечисленных ниже выполняет кандидат в период проведения избирательной кампании:

- 0) собирает информацию о регионе, где он баллотируется
- 1) проводит встречи с избирателями
- 2) выявляет адресные группы
- 3) формирует свой имидж

№77. Избирательная кампания - это

- 0) комплексный процесс по подготовке к выборам
- 1) процесс сбора информации о регионе, где баллотируется кандидат
- 2) процесс организации встреч с избирателями
- 3) процесс выявления адресных групп кандидата

№78. Что из перечисленного ниже является корпоративным PR мероприятием компании:

- 0) участие в международной конференции
- 1) празднование дня рождения компании
- 2) реклама товаров и услуг
- 3) день выборов в Государственную думу

№79. Годовое собрание акционеров является:

- 0) политическим PR
- 1) корпоративным мероприятием компании
- 2) мероприятием по выходу из кризисной ситуации
- 3) социальным PR

№80. Акционеры компании являются:

- 0) целевой аудиторией для политического PR
- 1) целевой аудиторией для внутрикорпоративного PR
- 2) целевой аудиторией для социального PR
- 3) целевой аудиторией для избирательной кампании руководителя предприятия

№81. Заказы политических PR кампаний для фирм, занимающихся PR деятельностью, являются:

- 0) редкостью

- 1) самыми распространенными
- 2) историей
- 3) событием

№82. Привести к власти партию или политика - задача:

- 0) политического PR
- 1) социального PR
- 2) государственного PR
- 3) корпоративного PR

№83. Просвещение общественности по вопросам законодательства является задачей:

- 0) политического PR
- 1) бизнес-PR
- 2) государственного PR
- 3) социального PR

№84. Одной из задач государственного PR является :

0) обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти

1) обеспечение населения регулярной информацией о криминальных разборках и происшествиях на дорогах

2) обеспечение населения регулярной информацией о жизни соотечественников в дальнем зарубежье

3) обеспечение населения регулярной информацией о жизни политиков и их членов семей

№85. Что из перечисленного ниже не входит в классификацию органов государственной власти "по уровню управления и масштабам деятельности":

- 0) федеральные
- 1) региональные
- 2) местные
- 3) областные

№86. Что из перечисленного ниже не входит в классификацию органов государственной власти "по характеру исполняемых функций:

- 0) законодательные
- 1) исполнительные
- 2) правительственные
- 3) судебные

№87. Что не является задачей государственного PR:

0) Обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти

1) Информирование общественности по вопросам законодательства

2) Просвещение общественности по вопросам, входящим в сферу ответственности органов власти

3) Обеспечение населения продовольствием и теплой одеждой во время стихийных бедствий

№88. Что из перечисленного ниже входит в задачи PR исследований:

- 0) анализ финансовых результатов PR деятельности
- 1) прогноз развития организации
- 2) исследование зависимости числа клиентов от тарифной политики организации
- 3) оценка результатов PR кампании

№89. Система логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных между собой единой целью - это:

- 0) определение этапа исследований
- 1) определение исследований
- 2) определение вида исследований
- 3) определение задачи исследований

№90. Исследованием в PR:

- 0) начинается PR кампания
- 1) начинается и заканчивается PR кампания
- 2) заканчивается PR кампания
- 3) завершается этап планирования

№91. Укажите правильную последовательность этапов исследования:

0) разработка программы исследований - сбор информации - анализ информации – формулировка выводов

1) сбор информации - разработка программы исследований - анализ информации – формулировка выводов

2) анализ информации - разработка программы исследований - сбор информации – формулировка выводов

3) разработка программы исследований - формулировка выводов - сбор информации - анализ информации.

№92. Укажите наиболее затратное исследование из перечисленных ниже:

0) работа со статистическими справочниками

1) контент-анализ

2) анкетный опрос

3) изучение результатов уже проведенных исследований

№93. Что из перечисленного ниже является кабинетным исследованием:

0) контент анализ СМИ

1) телефонный опрос

2) анкетный опрос

3) интерактивный опрос

№94. Что из перечисленного ниже является полевым исследованием:

0) контент анализ СМИ

1) изучение уже проведенных исследований

2) анкетный опрос

3) работа со статистическими справочниками

№95. Особенностью полевых исследований является то, что:

0) они проводятся без контакта с целевой аудиторией

1) они проводятся в непосредственном контакте с аудиторией

2) они проводятся поверхностно

3) они позволяют получить лишь качественные показатели

№96. Особенностью кабинетных исследований является то, что:

0) они проводятся без контакта с целевой аудиторией

1) они проводятся в непосредственном контакте с аудиторией

2) они проводятся поверхностно

3) они позволяют получить лишь качественные показатели

№97. Что из перечисленного ниже является признаком значимого события:

0) событие должно выходить за рамки стереотипов массового сознания

1) в событии должен быть конфликт интересов

2) событие не должно быть главного героя

3) у события должен быть кризисный сценарий

№98. Являются ли исследования в PR практическим мероприятием, способствующим адресному распространению информации?

0) Да, являются

1) Да, иногда могут использоваться

2) Да, часто используются

3) Нет, не являются

№99. Является ли пресс-конференция видом исследований в PR?

0) Да, является

1) Да, иногда может использоваться в качестве исследования

2) Да, часто используется в качестве исследования

3) Нет, не является

№100. Информационный повод пресс-конференции должен быть интересным и привлекательным прежде всего для:

- 0) журналистов
- 1) сотрудников PR служб
- 2) слушателей, зрителей, читателей
- 3) редакций средств массовой информации

№101. Что из перечисленного ниже не имеет прямого отношения к пресс-конференции:

- 0) пресс-секретарь
- 1) пресс-кит
- 2) пресс-релиз
- 3) пресс-папье

№102. Что из перечисленного ниже входит в состав информационных материалов, получаемых журналистами на пресс-конференциях:

- 0) пресс-центр
- 1) пресс-кит
- 2) пресс-релиз
- 3) пресс-секретарь

№103. Что из перечисленного ниже не входит в состав информационных материалов, получаемых журналистами на пресс-конференциях:

- 0) справочные материалы
- 1) пресс-кит
- 2) пресс-релиз
- 3) рекламные проспекты

№104. Что из перечисленного ниже является одной из задач пресс-релиза:

- 0) привлечение внимания СМИ к информационному поводу
- 1) организация пресс-конференции
- 2) изучение общественного мнения о СМИ
- 3) подготовка информационных материалов

№105. Краткое, социально значимое письменное сообщение для СМИ от имени руководства компании - это:

- 0) пресс-кит
- 1) пресс-релиз
- 2) пресс-конференция
- 3) пресс-секретарь

№106. Группа людей, объединенных общим интересом в определенной области - это:

- 0) общественное мнение
- 1) общественность
- 2) пресс-конференция
- 3) аналитики

№107. Совокупность мнений индивидов относительно общей проблемы, затрагивающей интересы какой-либо группы людей - это:

- 0) общественное мнение
- 1) общественность
- 2) пресс-релиз
- 3) результат исследований

№108. Верно ли записан один из законов общественного мнения: "Общественность не может долгое время реагировать на словесное побуждение, если оно не подтверждается развитием событий"?

- 0) Да, верно
- 1) Нет, не верно, так как словесное побуждение не должно подтверждаться развитием события
- 2) Нет, не верно, так как в законе речь идет не об общественности, а о СМИ
- 3) Нет, не верно, так как словесное побуждение должно подтвердиться не развитием события, а его финалом



№109. Верно ли записан один из законов общественного мнения: "Критическая ситуация разрешается быстрее, если общественность чувствует, что участвует в принятии решения"?

0) Да, верно

1) Нет, не верно, так как общественность не может повлиять на развитие ситуации

2) Нет, не верно, так как общественность не может участвовать в принятии решений

3) Нет, не верно, так как общественность ничего не решает, а только имеет мнение

№110. Согласны ли Вы с тем, что "Общественное мнение инертно, его трудно изменить":

0) Да, согласен

1) Нет, не согласен

2) Нельзя сказать ни да, ни нет, так как научно это еще не доказано

3) В тесте нет правильного ответа

№111. Согласны ли Вы с тем, что "Общественным мнением легко манипулировать":

0) Нет, не согласен

1) Да, согласен

2) Нельзя сказать ни да, ни нет, так как научно это еще не доказано

3) В тесте нет правильного ответа

№112. Географический подход в определении целевых групп выделяет группы по следующим признакам:

0) по полу

1) по психологическим характеристикам и образу жизни

2) по территориальным границам

3) по возрасту

№113. Демографический подход в определении целевых групп выделяет группы по следующим признакам:

0) по полу, возрасту и т.д.

1) по психологическим характеристикам

2) по территориальным границам

3) по образу жизни

№114. Ключевая аудитория отличается от целевой аудитории:

0) уровнем охвата территории

1) заинтересованностью в проблеме

2) демографическими характеристиками

3) возможностями влияния на решение проблемы

№115. Группа субъектов, выступающих реципиентом PR воздействия, называется:

0) группой преступников

1) общественной группой

2) аналитической группой

3) исследовательской группой

№116. Что из перечисленного ниже входит в задачи PR службы, решаемые в рамках творческой функции:

0) установление и поддержание деловых отношений с источниками информации: СМИ, агентствами, партиями и т.д.

1) сбор, обработка и хранение статистической и аналитической информации

2) разработка PR материалов

3) подготовка и представление руководству и другим подразделениям аналитических и исследовательских отчетов.

№117. Что из перечисленного ниже входит в задачи PR службы, решаемые в рамках исследовательской функции:

0) организация и проведение отдельных PR мероприятий

1) общее руководство PR службой

2) организация и проведение PR кампаний

3) подготовка и представление руководству и другим подразделениям аналитических и исследовательских отчетов

№118. Что из перечисленного ниже входит в задачи PR службы, решаемые в рамках организационной функции:

- 0) организация и проведение PR кампаний
- 1) формирование пресс-кита
- 2) разработка PR материалов
- 3) подготовка и передача оригиналов в производство

№119. Сбор, обработка и хранение статистической и аналитической информации является:

- 0) одной из задач, решаемых PR службой в рамках исследовательской функции
- 1) одной из задач, решаемых PR службой в рамках организационной функции
- 2) одной из задач, решаемых PR службой в рамках маркетинговой функции
- 3) одной из задач, решаемых PR службой в рамках творческой функции

№120. Разработка PR материалов является одной из задач, решаемых PR службой в рамках:

- 0) исследовательской функции
- 1) организационной функции
- 2) маркетинговой функции
- 3) творческой функции

№121. Организация и проведение PR кампаний является одной из задач, решаемых PR службой в рамках:

- 0) исследовательской функции
- 1) организационной функции
- 2) маркетинговой функции
- 3) творческой функции

№122. Подготовка и представление руководству аналитических отчетов является одной из задач, решаемых PR службой в рамках:

- 0) исследовательской функции
- 1) организационной функции
- 2) маркетинговой функции
- 3) творческой функции

№123. Общее руководство PR службой является одной из задач, решаемых PR службой в рамках:

- 0) исследовательской функции
- 1) организационной функции
- 2) маркетинговой функции
- 3) творческой функции

№124. Создание, поддержание и укрепление положительного имиджа предприятия, его деятельности и руководства в глазах общественности является одной из задач, решаемых PR службой в рамках:

- 0) исследовательской функции
- 1) организационной функции
- 2) маркетинговой функции
- 3) творческой функции

№125. PR -это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на:

- 0) взаимовыгодном сотрудничестве
- 1) правде и полной информированности
- 2) понимании проблемы
- 3) противоречиях интересов

№126. PR-это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между:

- 0) организацией и ее общественностью

- 1) организацией и службами рекламы
- 2) организацией и средствами массовой информации
- 3) организацией и службами PR

№127. Какое из средств массовой информации позволяет пользователям осуществлять заказы товаров и услуг:

- 0) интернет

№128. Какое из средств массовой информации является самым массовым:

- 0) телевидение

№129. Формирование стойкого мнения, отношения, взглядов, представлений путем доказательства привлекательности той или иной идеи или цели называется:

- 0) убеждением
- 1) внушением
- 2) программированием
- 3) гипнозом

№130. Непосредственное привитие психических состояний, то есть идей, чувствований и ощущений, не требующее никаких доказательств и не нуждающееся в логике называется:

- 0) убеждением
- 1) принуждением
- 2) программированием
- 3) внушением

№131. Под гипнозом информация воспринимается:

- 0) на сознательном уровне
- 1) на подсознательном уровне
- 2) на эмоциональном уровне
- 3) на физическом уровне

№132. Используют ли в технологиях PR состояния гипнотического транса?

- 0) Используют для облегчения внедрения необходимой информации в сознание
- 1) Нет, не используют
- 2) Используют для получения достоверной информации от участников пресс-конференции
- 3) Используют для лечения психосоматических заболеваний сотрудников PR служб

№133. Можно ли изменить общественное мнение, действуя на подсознательном уровне?

- 0) Можно технологиями нейро-лингвистического программирования
- 1) Можно обычным убеждением
- 2) Нельзя
- 3) Можно обычным принуждением

№134. Введением населения в гипнотическое состояние в целях PR занимаются:

- 0) политики

№135. Что значит в PR термин "разрыв шаблона"?

0) действие, в результате которого произошло недопонимание между PR и общественностью

- 1) один из приемов внушения
- 2) один из приемов убеждения
- 3) действие, в результате которого шаблон был порван

№136. Целенаправленное распространение негативной информации в PR называется:

- 0) "белый" PR
- 1) "черный PR"
- 2) голубой PR
- 3) красный PR

№137. Какие вопросы не относятся к деятельности PR в международных отношениях:

- 0) связанные с имиджем страны
- 1) связанные с потоком инвестиций
- 2) связанные с развитием туризма

3) связанные с Интерполом

№138. Какие из перечисленных ниже мероприятий, явившихся прообразами PR деятельности, не могли проводиться в Древней Греции:

- 0) письменные информационные сообщения
- 1) публичные выступления ораторов
- 2) государственные театрализованные представления
- 3) выступления ораторов по радио и телевидению

№139. Что из перечисленного ниже не связано с видами электронного PR:

- 0) Web-PR
- 1) Net-PR
- 2) On-line PR,
- 3) PR.ru.

№140. Веб-сайт - это представительство организации в Интернете, созданное для:

- 0) присутствия в сети
- 1) представления и поддержания имиджа компании
- 2) поддержания нового средства массовой информации
- 3) подбора персонала

№141. Директ-мэйл - это:

- 0) адресная рассылка писем по электронной почте
- 1) веб-сайт директора компании
- 2) электронное письмо директору компании
- 3) электронное письмо другу

№142. Что из перечисленного ниже не является письменным PR материалом:

- 0) деловое письмо
- 1) брошюра
- 2) информационный релиз
- 3) пресс-конференция

№143. Что из перечисленного ниже не входит в классификацию PR по сферам деятельности:

- 0) PR в бизнесе
- 1) PR в политике
- 2) государственный PR
- 3) PR кампания

№144. Какое издание не входит в число деловых печатных изданий:

- 0) Коммерсантъ
- 1) Экономика и жизнь
- 2) Профиль
- 3) Аргументы и факты

№145. Что из перечисленного ниже не является инструментом маркетинговых коммуникаций:

- 0) реклама
- 1) PR
- 2) личные продажи
- 3) средства массовой информации.

№146. Управление информационными потоками является функцией:

- 0) PR службы
- 1) информационного управления
- 2) СМИ
- 3) информации

№147. Развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры является функцией:

- 0) PR службы
- 1) информационного управления
- 2) СМИ

3) информации

№148. Развитие рынка информационной продукции, услуг и технологий является функцией:

0) PR службы

1) информационного управления

2) СМИ

3) информации

№149. Подготовка граждан к жизни и работе в информационном обществе является одной из задач:

0) PR служб

1) государственной информационной политики

2) СМИ

3) маркетинговых исследований

№150. Создание и эффективное использование национальных информационных ресурсов является

одной из задач:

0) PR служб

1) государственной информационной политики

2) СМИ

3) маркетинговых исследований

б) Критерии оценивания компетенций

количество правильных ответов.

в) Описание шкалы оценивания

от 0 до 100% правильных ответов;

0-65 % – тест считается не пройденным и оценивается «неудовлетворительно»;

66-75% – тест считается выполненным и оценивается «удовлетворительно».

76-85% – тест считается выполненным и оценивается «хорошо».

более 85% – тест считается выполненным и оценивается «отлично».

### **6.2.5 Вопросы и задания для самостоятельной работы по дисциплине (для подготовки к практическим занятиям)**

Тема 1. Общественные отношения: определение и история развития

1. Какие существуют подходы к определению понятия и сущности общественных отношений?

2. По каким признакам и какие виды общественных отношений можно выделить?

3. Что (кто) понимается под субъектом и объектом общественных отношений?

4. В чем Вы видите разницу между технологическим и базисным субъектом PR?

5. Дайте краткую характеристику основных этапов развития общественных отношений как сферы деятельности и как науки.

6. Что означают выражения «бостонское чаепитие», «бостонская резня»? Какое отношение они имеют к истории PR?

Тема 2. Правовые и этические основы общественных отношений

1. Какие международные нормативные акты регулируют сферу

общественных отношений?

2. Какие нормативные акты РФ регулируют сферу общественных отношений?

3. С какой целью разрабатываются хартии и кодексы в сфере общественных отношений?

4. Оказывают ли влияние, по вашему мнению, кодексы профессионального поведения на реальное

поведение специалистов по связям с общественностью? Если да, то каким образом?

5. Какова роль международных и национальных профессиональных сообществ в сфере общественных отношений?

6. Когда создана Российская ассоциация по связям с общественностью? Каковы основные направления ее деятельности?

Тема 3. Коммуникации как основа общественных отношений

1. Какие коммуникативные технологии предшествовали появлению PR?

2. Дайте краткую характеристику основных коммуникационных моделей общественных отношений.

3. Дайте определение емкости коммуникационного канала.

4. Какие коммуникационные каналы используются в сфере общественных отношений?

Тема 4. Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений

1. Назовите основные отличительные черты толпы, массы, общественности.

2. Что такое «общественность»? Каковы ее характерные черты?

3. Дайте краткую характеристику основных групп общественности.

4. Что понимается под целевой и приоритетной общественностью?

5. Что такое «общественное мнение»? Каковы его особенности?

6. Назовите основные характеристики общественного мнения.

7. Какие существуют способы и механизмы управления общественным мнением?

Тема 5. Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений

1. Каковы основные направления деятельности специалиста в сфере общественных отношений?

2. Какими принципами должен руководствоваться специалист по связям с общественностью?

3. Какие функции осуществляет подразделение в сфере общественных отношений?

4. Каковы преимущества и недостатки собственного отдела в сфере общественных отношений?

5. В чем состоят преимущества и недостатки внешнего консультирования в сфере общественных отношений?

6. Дайте краткую характеристику основных видов агентств в сфере общественных отношений.

Тема 6. Организация и проведение кампании в сфере общественных

отношений

1. Каковы основные цели и задачи кампании в сфере общественных отношений?

2. Приведите классификацию кампаний в сфере общественных отношений.

3. Расшифруйте формулу RACE.

4. Дайте краткую характеристику основных этапов кампании в сфере общественных отношений.

5. Какие ресурсы необходимо учитывать для осуществления PR-деятельности?

6. В чем заключается сущность оценки эффективности PR-кампании с помощью EAV?

Тема 7. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации

1. Дайте краткую характеристику основных видов СМИ.

2. Каковы принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественных отношений?

Тема 8. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации

1. Дайте определение понятия «информационный повод».

2. Охарактеризуйте основные приемы конструирования новостной информации.

3. Каковы основные механизмы управления новостной информацией?

4. Какие требования предъявляются к PR-текстам?

Тема 9. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью

1. Дайте характеристику основных видов документов для внешней и внутренней общественности.

2. Какие специальные мероприятия организуются для внешней и внутренней общественности? Дайте их характеристику.

3. Какие специальные методы используются при взаимодействии с внешней общественностью?

Тема 10. Имидж как средство общественных отношений

1. Какую роль играет имидж в сфере общественных отношений?

2. Назовите основные характеристики персонального имиджа.

3. Каковы составляющие и законы функционирования корпоративного имиджа.

4. Охарактеризуйте основные технологии формирования, коррекции и модификации имиджа.

Тема 11. Антикризисные общественные отношения

1. Дайте определение понятия «кризис» и назовите основные причины, вызывающие кризис.

2. Каковы основные составляющие антикризисной программы в сфере общественных отношений?

3. Дайте характеристику основных этапов процедурных технологий (фасилитации, переговоров, медиации).

Тема 12. Общественные отношения в государственном секторе

1. Каковы основные тенденции и проблемы развития информационной

политики в РФ?

2. Какова специфика общественных отношений как составляющей избирательной кампании?

3. Какие каналы коммуникаций используются кандидатов при взаимодействии с избирателями?

### **6.2.6 Устный опрос, как вид контроля и метод оценивания формируемых умений, навыков и компетенций (как и качества их формирования) в рамках такой формы как собеседование**

#### *а) критерии оценивания компетенций (результатов)*

Собеседование – оценочное средство, организованное как беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с выполнением программы учебной дисциплины на разных этапах ее выполнения, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Критериями оценки ответа при собеседовании являются:

– качество ответа (общая композиция, логичность, убежденность, общая эрудиция);

– ответы на вопросы: полнота, аргументированность, убежденность.

#### *б) описание шкалы оценивания*

– оценка «отлично» – ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений;

– оценка «хорошо» – ответы на вопросы полные и/или частично полные;

– оценка «удовлетворительно» – ответы только на элементарные вопросы;

– оценка «неудовлетворительно», «не зачтено» – нет ответа.

### **6.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций**

Компетенции по дисциплине «Управление общественными отношениями» формируются последовательно в ходе проведения лекционных и практических занятий, а также в процессе выполнения студентами заданий.

Для контроля знаний студентов используется устный опрос, тестовые задания, содержание которых предполагает использование комплекса знаний, умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно определить правильное решение.

Индекс и наименование компетенции	Признаки проявления компетенции в соответствии с уровнем формирования в процессе освоения дисциплины
ОПК-3 – способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами	<b>недостаточный</b> уровень: Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы. <b>пороговый</b> уровень: Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний.



<p>организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; ПК-11 – владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения</p>	<p>Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p> <p style="text-align: center;"><b>продвинутый уровень:</b></p> <p>Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p> <p style="text-align: center;"><b>высокий уровень:</b></p> <p>Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка.</p>
--	---

### Шкала оценивания в зависимости от уровня сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания	Критерии оценивания
<p style="text-align: center;"><b><u>«высокий»</u></b></p> <p>Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p>	Отлично	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала;</li> <li>– полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий;</li> <li>– способность устанавливать и объяснять связь практики и теории;</li> <li>– логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора;</li> <li>– умение решать практические задания;</li> <li>– свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b><u>«продвинутый»</u></b></p> <p>Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого</p>	Хорошо	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала;</li> <li>– твердые знания теоретического материала;</li> <li>-способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития;</li> <li>– правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы;</li> <li>– умение решать практические задания, которые следует выполнить;</li> <li>– владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины;</li> <li>– наличие собственной обоснованной позиции по</li> </ul>

практического навыка.		обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы.
<b>«пороговый»</b> Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует: – знания теоретического материала; – неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; – неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; – недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; – умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.
<b>«недостаточный»</b> Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	неудовлетворительно	Обучающийся демонстрирует: – существенные пробелы в знаниях учебного материала; – допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; – непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; – отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; – отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкая степень контактности.

## 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

### а) основная учебная литература:

1. Мишон, Е.В. Управление общественными отношениями в кризисных ситуациях / Мишон Е.В. – Москва : Русайнс, 2020. – 147 с. – ISBN 978-5-4365-2087-2. – URL: <https://book.ru/book/934885>. – Текст : электронный.
2. Кафтан, В.В. Теория и практика массовых коммуникаций : учебник / Кафтан В.В. – Москва : КноРус, 2020. – 453 с. – (бакалавриат). – ISBN 978-5-406-07270-7. – URL: <https://book.ru/book/932252>. – Текст : электронный.

### б) дополнительная учебная литература:

3. Мишон, Е.В. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / Мишон Е.В. – Москва : КноРус, 2020. – 172 с. – (бакалавриат). – ISBN 978-5-406-07485-5. – URL: <https://book.ru/book/933616>. – Текст : электронный.
4. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6. – Текст : электронный.

5. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Гнатюк О.Л. – Москва : КноРус, 2019. – 255 с. – (бакалавриат). – ISBN 978-5-406-06984-4. – URL: <https://book.ru/book/931418>. – Текст : электронный.

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины**

Кадровый портал Национального союза кадровиков – <http://www.kadrovik.ru>

Сайт журнала «PR в России» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.rupr.ru/>.

Сайт журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.press-service.ru/>.

Секреты эффективных коммуникаций [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.prlink.info/>.

Центр политических технологий [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.politcom.ru/>.

Электронный журнал по PR [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.pr4u.ru>.

Электронный журнал по PR [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.pr-dialog.ru>.

Сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.raso.ru/>

База данных «Обзор практики корпоративного управления» ЦБ РФ – [http://cbr.ru/analytics/?PrtId=overview\\_practices](http://cbr.ru/analytics/?PrtId=overview_practices)

<https://uisrussia.msu.ru/index.php> – тематическая электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук.

Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" – <http://window.edu.ru/>

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/> ;

ЭБС VOOK.ru – <https://www.book.ru/>

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

### **Общие рекомендации студентам**

Приступая к изучению дисциплины, студенты должны ознакомиться с рабочей программой дисциплины, структурой и содержанием разделов (тем) дисциплины, требованиями к промежуточной аттестации, затем с перечнем рекомендуемой литературы. Далее желательно последовательное изучение материала по темам, ознакомление с рекомендациями по выполнению

различных работ и заданий, как аудиторных, так и самостоятельных. Для закрепления материала следует ответить на контрольные вопросы.

Обучение по дисциплине осуществляется в следующих формах:

- аудиторные занятия (лекции, практические (семинарские) занятия);
- самостоятельная работа студента (подготовка к лекциям, практическим занятиям, тестированию, к промежуточной аттестации, подготовка докладов и т.д.).

Учебный материал структурирован и изучение дисциплины производится в тематической последовательности. Каждому практическому занятию и самостоятельному изучению материала предшествует лекция по данной теме. Обучающиеся самостоятельно проводят предварительную подготовку к занятию, принимают активное и творческое участие в обсуждении теоретических вопросов, разборе проблемных ситуаций и поисков путей их решения.

#### Методические рекомендации по работе обучающихся во время проведения лекций

Лекция как организационная форма обучения – это особая конструкция учебного процесса. Преподаватель на протяжении всего учебного занятия сообщает новый учебный материал, а студенты его активно воспринимают. Благодаря тому, что материал излагается концентрированно, в логически выдержанной форме, лекция является наиболее экономичным способом передачи учебной информации. Методологическое значение лекции состоит в том, что в ней раскрываются фундаментальные теоретические основы учебной дисциплины и научные методы, с помощью которых анализируются процессы и явления.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но дополнительную литературу, которую рекомендовал преподаватель.

Общие и утвердившиеся в практике правила и приемы конспектирования лекций:

- конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений;

- необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные маркеры или ручки;

- названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их;
- в конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами;
- студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.
- в конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д.

#### Методические рекомендации для студентов по подготовке к практическим занятиям (семинарам)

Практическое (семинарское) занятие – одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой коллективное обсуждение студентами теоретических и практических вопросов, решение практических задач под руководством преподавателя. Основной целью практического (семинарского) занятия является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков, а также проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента.

На практических (семинарских) занятиях предполагается рассматривать наиболее важные, существенные, сложные вопросы которые, как свидетельствует практика, наиболее трудно усваиваются студентами. При этом готовиться к практическому (семинарскому) занятию всегда нужно заранее.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с планом занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре и решении задач на практическом занятии;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;
- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение при необходимости за консультацией к преподавателю.

На практическом (семинарском) занятии студент проявляет свое знание предмета, корректирует информацию, полученную в процессе лекционных и внеаудиторных занятий, формирует определенный образ в глазах преподавателя,

получает навыки устной речи и культуры дискуссии, навыки практического решения задач.

#### Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы при изучении дисциплины

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую; информационно-обучающую; ориентирующую и стимулирующую; воспитывающую; исследовательскую.

Самостоятельная работа обучающихся является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям и к промежуточной аттестации. Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины. Самостоятельная работа представляет собой постоянно действующую систему, основу образовательного процесса и носит исследовательский характер, что послужит в будущем основанием для написания выпускной квалификационной работы, применения полученных знаний, умений и навыков на практике.

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению, с учетом потребностей и возможностей личности.

В процесс освоения дисциплины выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно рабочей программе дисциплины.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов. Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной формах.

Самостоятельная подготовка к практическому занятию включает в себя, кроме проработки конспекта лекции, поиск литературы (по рекомендованным спискам и самостоятельно), подготовку заготовок для выступлений по вопросам для обсуждения по конкретной теме. Такие заготовки могут включать цитаты, факты, сопоставление различных позиций, собственные мысли. Если проблема заинтересовала обучающегося, он может подготовить доклад и выступить с ним на практическом занятии.

При самостоятельной подготовке к промежуточной аттестации обучающийся должен повторять весь пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных, выносящихся на промежуточную аттестации и содержащихся в данной программе, используя конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. При необходимости можно обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий – на лекциях, практических занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания – на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.
- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических заданий.

В процессе изучения курса необходимо обратить внимание на самоконтроль знаний. С этой целью обучающийся после изучения каждой отдельной темы и затем всего курса по учебнику и дополнительной литературе должен проверить уровень своих знаний с помощью контрольных вопросов, которые помещены в конце каждой темы.

Для самостоятельного изучения отводятся темы, хорошо разработанные в учебных пособиях, научных монографиях и не могут представлять особенных трудностей при изучении.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающихся необходимо:

- последовательное усложнение и увеличение объема самостоятельной работы, переход от простых к более сложным формам (выступление на практическом занятии, подготовка презентации и доклада, творческая работа и т.д.);
- постоянное повышение творческого характера выполняемых работ, активное включение в них элементов научного исследования, усиления их самостоятельного характера;
- систематическое управление самостоятельной работой, осуществление продуманной системы контроля и помощи обучающимся на всех этапах обучения.

Методические рекомендации для студентов по работе с литературой

Студентам рекомендуется с самого начала освоения дисциплины работать с литературой и предлагаемыми заданиями для подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

В ходе самостоятельной работы необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, научными статьями, при этом учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы дисциплины.

Всю рекомендуемую по дисциплине литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную и дополнительную литературу.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении справочной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность студенту сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием.

Освоение учебного материала будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов студент будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в перечне вопросов для собеседования или устного опроса. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации. Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм:

– медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного;

– выделить ключевые слова в тексте;

– постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования текста заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.



## Методические рекомендации для студентов по подготовке к текущей и промежуточной аттестации

Текущий контроль – это регулярная проверка усвоения обучающимися учебного материала в течение семестра. К его достоинствам следует отнести систематичность и постоянный мониторинг качества образования. Основными задачами текущего контроля успеваемости в межсессионный период является повышение качества и прочности знаний студентов, приобретение и развитие навыков самостоятельной работы, повышение академической активности студентов, а также обеспечение оперативного управления учебной деятельностью в течение семестра. Данный вид контроля стимулирует у студентов стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины. Текущий контроль проводится в течение семестра по итогам выполнения заданий, участия в практических (семинарских) занятиях, участия в бланковом и (или) компьютерном тестировании, подготовке докладов и т.д.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине осуществляется в рамках завершения изучения дисциплины и позволяет определить качество усвоения изученного материала. Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра.

При этом необходимо учитывать, что при проведении промежуточной аттестации проверяется не только способность студента воспроизвести изученный им материал, но и то, насколько студент понимает данный материал, умеет анализировать его, имеет свое собственное мнение и умеет отстаивать его посредством грамотного обоснования.

При подготовке к промежуточной аттестации необходимо повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, использовать конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Следует обратить особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

### Перечень программного обеспечения

В процессе изучения дисциплины используются офисный пакет Microsoft Office (Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Microsoft Office PowerPoint) программа для просмотра и чтения файлов PDF Adobe Acrobat Reader, программа для воспроизведения флэш-анимации в браузерах Adobe Flash Player, браузеры Google Chrome, Opera, Антивирус Касперского и DrWeb, программа компьютерного тестирования знаний MyTestXPro.

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>

ЭБС BOOK.ru – <https://www.book.ru/>

Единое окно доступа к информационным ресурсам. Государственное и муниципальное управление – [http://window.edu.ru/catalog/?p\\_rubr=2.2.76.1](http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.76.1)

Сервер органов государственной власти Российской Федерации – <http://www.gov.ru/>

База данных «Обзор практики корпоративного управления» ЦБ РФ – [http://cbr.ru/analytics/?PrtId=overview\\_practices](http://cbr.ru/analytics/?PrtId=overview_practices)

Большая полнотекстовая библиотека правовой литературы – <https://naukaprava.ru/>

СПС КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>

СПС Гарант – <https://www.garant.ru/>

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Институт располагает специальными помещениями, которые представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие программе дисциплины.

Институт располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом. Имеются кабинеты, оснащенные макетами, наглядными учебными пособиями, тренажерами и другими техническими средствами и оборудованием, обеспечивающими реализацию проектируемых результатов обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института.

Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Лаборатория, оснащенная лабораторным оборудованием, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное специализированной мебелью, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института.

Учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие программе дисциплины.

Мультимедийное оборудование: персональные компьютеры с подключением Интернет; мультимедиа-проектор с экраном; копировальная техника.

## **12. Иные сведения и (или) материалы**

### **12.1 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется кафедрой на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья кафедра обеспечивает:

1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

– присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

– выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

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

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	– в печатной форме; – в форме электронного документа;
С нарушением зрения	– в печатной форме увеличенным шрифтом; – в форме электронного документа; – в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	– в печатной форме; – в форме электронного документа; – в форме аудиофайла.

Студентам с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов к экзамену, разрешается готовить ответы с использованием дистанционных образовательных технологий.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями.

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

Для лиц с нарушениями зрения:

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

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

1) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, устно с использованием услуг сурдопереводчика);

2) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);

3) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляются основная и дополнительная учебная литература в виде электронного документа в фонде библиотеки и / или в электронно-библиотечных системах. А также предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература и специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с

преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

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

– лекционная аудитория – мультимедийное оборудование, мобильный радиокласс (для студентов с нарушениями слуха); источники питания для индивидуальных технических средств;

– учебная аудитория для практических занятий (семинаров) мультимедийное оборудование, мобильный радиокласс (для студентов с нарушениями слуха);

– учебная аудитория для самостоятельной работы – стандартные рабочие места с персональными компьютерами; рабочее место с персональным компьютером, с программой экранного доступа, программой экранного увеличения и брайлевским дисплеем для студентов с нарушением зрения.

В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, должно быть предусмотрено соответствующее количество мест для обучающихся с учётом ограничений их здоровья. В учебные аудитории должен быть беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

В целях обеспечения обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья библиотека комплектует фонд основной учебной литературой, адаптированной к ограничению их здоровья, предоставляет возможность удаленного использования электронных образовательных ресурсов, доступ к которым организован в институте.

В библиотеке проводятся индивидуальные консультации для данной категории пользователей, оказывается помощь в регистрации и использовании сетевых и локальных электронных образовательных ресурсов, предоставляются

места в читальных залах, оборудованные программами не визуального доступа к информации, экранными увеличителями и техническими средствами усиления остаточного зрения.

Обучающимся предоставляются следующие услуги:

- выдача литературы в отделах обслуживания;
- индивидуальное чтение плоскочечной литературы чтецом;
- консультации для незрячих пользователей по работе на компьютере с брайлевским дисплеем, по работе в Интернет;
- предоставление незрячим пользователям возможностей самостоятельной работы на компьютере с использованием адаптивных технологий;

- проведение практических занятий по обучению использованию традиционного и электронного каталогов и библиотечно-библиографических баз данных (в т. ч. удаленных);
- прокат тифломагнитофонов, тифлофлэшплееров.

### 13. Лист регистрации изменений

№	Дата внесения изменений	№ протокола заседания кафедры, дата	Содержание изменения
1	01.09.2017	№ 1 от «01» сентября 2017 года	Утверждена и введена в действие решением кафедры государственного и муниципального управления МРСЭИ
2	30.08.2018	№ 1 от «30» августа 2018 года	Актуализирована и введена в действие решением кафедры государственного и муниципального управления МРСЭИ
3	30.06.2019	№ 10 от «30» июня 2019 года	Актуализирована и введена в действие решением кафедры государственного и муниципального управления МРСЭИ
4	27.06.2020	№ 10 от «27» июня 2020 года	Актуализирована и введена в действие решением кафедры государственного и муниципального управления МРСЭИ