

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ И. Т. ТРУБИЛИНА»**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
управления
профессор В.Г. Кудряков

23 марта 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Связи с общественностью в органах власти

Направление подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность

«Государственное и муниципальное управление»

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Форма обучения

очная, очно-заочная

**Краснодар
2022**

Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» разработана на основе ФГОС ВО 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 13 августа 2020 г. № 1016.

Автор:
канд. экон. наук, доцент



М. С. Орехова

Рабочая программа обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры государственного и муниципального управления от 14.03.2022 г., протокол № 15.

Заведующий кафедрой
д-р экон. наук, профессор



Е. Н. Белкина

Рабочая программа одобрена на заседании методической комиссии факультета управления, протокол от 22.03.2022 № 3.

Председатель
методической комиссии
канд. экон. наук, доцент



М. А. Нестеренко

Руководитель
основной профессиональной
образовательной программы
д-р экон. наук, профессор



Е. Н. Белкина

1 Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» является: формирование у обучающихся навыков делового общения и публичных выступлений, ведения переговоров, совещаний, осуществления деловой переписки, способностей к коммуникациям в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи:

- получение знаний о деловом общении и публичных выступлениях, ведении переговоров, совещаний, осуществлении деловой переписки и поддержании электронных коммуникации;
- изучение практического применения основных принципов и методов связей с общественностью в органах власти, стратегий и тактики связей с общественностью в органах власти, организацию и управление PR -деятельности в организации;
- формирование способностей эффективно участвовать в групповой работе на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;
- овладение навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций, для осуществления коммуникаций с общественностью.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ПК-9. Способен обеспечивать коммуникационное сопровождение деятельности органов государственной и муниципальной власти.

В результате изучения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» обучающийся готовится к освоению трудовых функций и выполнению трудовых действий в соответствии со справочником квалификационных требований к специальностям, направлениям подготовки, знаниям и умениям, которые необходимы для замещения должностей государственной гражданской службы с учетом области и вида профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих (утв. Письмом Минтруда России 26 апреля 2017 г. N 18-1/10/В-3260) и справочником типовых квалификационных требований для замещения должностей муниципальной службы (утв. Минтрудом России).

Трудовая функция – управленческие умения (для должностей гражданской службы категорий «руководители» и «помощники (советники)» всех групп должностей, категории специалисты высшей группы должностей, а также главной, ведущей и старшей групп должностей).

Трудовые действия:

- умение руководить подчиненными, эффективно планировать, организовывать работу и контролировать ее выполнение;
- умение оперативно принимать и реализовывать управленческие решения.

Для замещения должностей высшей, главной и ведущей групп рекомендуется предъявлять требования к умениям:

- 1) руководить подчиненными, эффективно планировать работу и контролировать ее выполнение;
- 2) оперативно принимать и реализовывать управленческие решения;
- 3) вести деловые переговоры с представителями государственных органов, органов местного самоуправления;
- 4) соблюдать этику делового общения при взаимодействии с гражданами.

3 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

«Связи с общественностью в органах власти» относится к дисциплинам вариативной части ОПОП ВО подготовки обучающихся по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, направленность «Государственное и муниципальное управление».

4 Объем дисциплины (108 часов, 3 зачетных единиц)

Виды учебной работы	Объем, часов	
	Очная	Очно-заочная
Контактная работа в том числе:		
— аудиторная по видам учебных занятий	36	23
— лекции	20	10
— практические	16	12
— внеаудиторная	1	1
— зачет	1	1
Самостоятельная работа в том числе:	71	85
— прочие виды самостоятельной работы	71	85
Итого по дисциплине	108	108

5 Содержание дисциплины

По итогам изучаемой дисциплины студенты (обучающиеся) сдают зачет.

Дисциплина изучается на 3 курсе, во 2 семестре по учебному плану очной формы обучения, на 4 курсе, в 1 семестре по учебному плану очно-заочной формы обучения.

Содержание и структура дисциплины по очной форме обучения

№ п/п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки *

1	<p>Тема 1. Предмет структура и основные функции связей с общественностью в органах власти.</p> <p>1. Сущность и принципы связей с общественностью.</p> <p>2. Исторические формы коммуникации.</p> <p>3. Предмет, структура и основные функции общественных отношений. Правовые основы PR.</p> <p>4. Сферы применения PR.</p>	ПК-9	6	4	2					8
2	<p>Тема 2. Информационные процессы в обществе и управление коммуникациями в органах власти.</p> <p>1. Механизм построения PR-деятельности.</p> <p>2. Модели коммуникаций ДЖ. Грунинга и Т. Ханга.</p> <p>3. Коммуникативная модель PR.- технологий. Коммуникации и распространение информации в обществе.</p>	ПК-9	6	2	2					8

№ п/п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки *

3	Тема 3. Управление PR – деятельностью в органах власти. 1. PR- компания и ее составляющие. Программный подход. 2. Управление PR- компанией в организации. Аутсорсинг в организации. 3. Методы социологических исследований.	ПК-9	6	2	2					8
4	Тема 4. Коммуникации в органах власти. 1. Служба PR- в организации: функции, структура, состав. 2. Организации работы с прессой. Пресс – релиз. 3. Организация и проведение пресс-конференций.	ПК-9	6	2	2					8
5	Тема 5. Организация специальных событий при осуществлении связей с общественностью в органах власти. 1. Формы подачи новостных материалов. 2. Организация и проведение	ПК-9	6	2	2					8

№ п/п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки *

	специальных событий. Подготовка и проведение презентации. 3. Выставка. Технология подготовки и проведения выставки.									
6	Тема 6. Реклама в системе связей с общественностью в органах власти. 1. Понятие, сущность и основные цели рекламы в органах власти. 2. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании в органах власти. 3. Общие требования к рекламе, установленные российским законодательством.	ПК-9	6	2		2				8
7	Тема 7. Связи с общественностью органов власти в кризисных ситуациях. 1. Кризис и его факторы. 2. Основные этапы разрешения кризиса. 3. Этапы процесса управления	ПК-9	6	2		2				8

№ п/п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки *	Самостоятельная работа

	кризисом.									
8	Тема 8. Формирование позитивного имиджа руководителя в органах власти. 1. Технологии создания персонального имиджа. Типология имиджа. 2 Технологии формирования положительного имиджа руководителя. 3. Искусство самоподачи.	ПК-9	6	2		2				8
9	Тема 9. Формирование корпоративного имиджа организаций и органов власти. 1.Имидж как категория PR. Основные характеристики имиджа. 2. Имидж организации: базовые структурные модели, корпоративная миссия. 3.Фирменный дизайн организации	ПК-9	6	2						7
Итого				20		16				71

Содержание и структура дисциплины по очно-заочной форме обучения

№ п/п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
1	<p>Тема 1. Предмет структура и основные функции связей с общественностью в органах власти.</p> <p>1. Сущность и принципы связей с общественностью.</p> <p>2. Исторические формы коммуникации..</p> <p>3. Предмет, структура и основные функции общественных отношений. Правовые основы PR.</p> <p>4. Сферы применения PR.</p> <p>Тема 2. Информационные процессы в обществе и управление коммуникациями в органах власти.</p> <p>1. Механизм построения PR.-деятельности.</p> <p>2. Модели</p>	ПК-9	7	2		4				17

№ п/п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки *	Самостоятельная работа

	коммуникаций ДЖ. Грунинга и Т. Ханга. 3. Коммуникативная модель PR-технологий. Коммуникации и распространение информации в обществе.									
2	Тема 3. Управление PR – деятельностью в органах власти. 1. PR- компания и ее составляющие. Программный подход. 2. Управление PR- компанией в организации. Аутсорсинг в организации. 3. Методы социологических исследований. Тема 4. Коммуникации в в органах власти. 1.Служба PR- в организации: функции, структура, состав. 2.Организации работы с прессой. Пресс – релиз. 3. Организация и проведение пресс-конференций.	ПК-9	7	2		2				17
3	Тема 5. Организация	ПК-9	7	2		2				18

№ п/п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки *	Самостоятельная работа

	<p>специальных событий при осуществлении связей с общественностью в в органах власти.</p> <p>1. Формы подачи новостных материалов.</p> <p>2. Организация и проведение специальных событий.</p> <p>Подготовка и проведение презентации.</p> <p>3. Выставка.</p> <p>Технология подготовки и проведения выставки.</p> <p>Тема 6.</p> <p>Реклама в системе связей с общественностью в органах власти.</p> <p>1. Понятие, сущность и основные цели рекламы в органах власти.</p> <p>2. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании в в органах власти.</p> <p>3. Общие требования к рекламе, установленные российским законодательством.</p>										
4	.Тема 7. Связи	ПК-9	7	2		2					17

№ п/п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки *

	<p>с общественностью органов власти в кризисных ситуациях.</p> <p>1. Кризис и его факторы.</p> <p>2. Основные этапы разрешения кризиса.</p> <p>3. Этапы процесса управления кризисом.</p> <p>Тема 8. Формирование позитивного имиджа руководителя в органах власти.</p> <p>1. Технологии создания персонального имиджа. Типология имиджа.</p> <p>2. Технологии формирования положительного имиджа руководителя.</p> <p>3. Искусство самоподачи.</p>									
5	<p>Тема 9. Формирование корпоративного имиджа организаций и органов власти.</p> <p>1. Имидж как категория PR. Основные характеристики имиджа.</p> <p>2. Имидж организации:</p>	ПКС-9	7	2		2				16

№ п/п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки *

	базовые структурные модели, корпоративная миссия.									
Итого				10		12				85

6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Связи с общественностью в органах власти : метод. указания по подготовке контрольных работ / сост. Н. В. Лоскутов. – Краснодар : КубГАУ, 2019. – 12 с.
https://edu.kubsau.ru/file.php/119/Svjazi_s_obshchestvennost_kr_519418_v1_.PDF

2. Связи с общественностью в органах власти : метод. указания для выполнения семинарских занятий / сост. Н. В. Лоскутов. – Краснодар : КубГАУ, 2019. – 30 с.
https://edu.kubsau.ru/file.php/119/Svjazi_s_obshchestvennostju_sem_zan_519419_v1_.PDF

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП ВО

Номер семестра*	Этапы формирования и проверки уровня сформированности компетенций по дисциплинам, практикам в процессе освоения ОПОП ВО
ПК–9. Способен обеспечивать коммуникационное сопровождение деятельности органов государственной и муниципальной власти.	
4	Ознакомительная практика
4	Организация избирательного процесса
4	Деловые коммуникации
5	Управление общественными отношениями
6	Связи с общественностью в органах власти
8	Этика государственной и муниципальной службы

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции (индикаторы достижения компетенции)	Уровень освоения				Оценочное средство
	«неудовлетворительно» минимальный не достигнут	«удовлетворительно» минимальный (пороговый)	«хорошо» средний	«отлично» высокий	
ПК–9. Способен обеспечивать коммуникационное сопровождение деятельности органов государственной и муниципальной власти.					
ПК-9.2. Организует взаимодействие и применяет технологии взаимодействия с органами публичной власти, общественными институтами и гражданами;	Уровень знаний ниже минимальных требований, имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний, допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Устный опрос, реферат, тест, вопросы к зачету
ПК-9.3. Обеспечивает информационную открытость государственных и муниципальных органов власти	<p>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имели место грубые ошибки</p> <p>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имели место грубые ошибки</p>	<p>Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</p> <p>Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами</p>	<p>Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</p> <p>Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами</p>	<p>Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме</p> <p>Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов</p>	

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП ВО

Вопросы и задания к зачету

Тема 1. Предмет, структура и основные функции связей с общественностью в органах власти.

1. В чем заключается сущность и принципы связей с общественностью в органах власти?
2. Расскажите о возникновении PR-технологий в России.
3. В чем заключается поле деятельности и востребованность специалиста по PR в современной России и органах власти?
4. Назовите основные подходы к определению PR.
5. В чем заключается профессиональная этика специалиста по связям с общественностью в органах власти?
6. Назовите исторические формы коммуникации.
7. В чем заключаются социально психологические основы PR- деятельности в органах власти?
8. Механизмы влияния PR- деятельности на формирование общественного мнения.
9. Содержание основных технологий PR- деятельности в органах власти.
10. Подходы к организации PR- деятельности в органах власти за рубежом.

Тема 2. Информационные процессы в обществе и управление коммуникациями в органах власти.

1. Каким образом происходят коммуникации и распространение информации в обществе?
2. В чем заключается сущность коммуникативной модели PR-технологий?
3. Назовите механизмы построения PR – деятельности в органах власти.
4. В чем заключается сущность Модели коммуникаций ДЖ. Грунинга и Т Ханта?
5. Каковы элементарные операции PR?
6. В чем заключается стратегический подход к управлению PR в органах власти?
7. Кто является лидером мнений?
8. В чем заключается сущность Диффузной теории Роджерса?
9. В чем заключается сущность теории изменения мнений по Лазарсфельду?

Тема 3. Управление PR – деятельностью в органах власти.

1. Дайте характеристику PR- компании и ее составляющих.
2. В чем заключается сущность программного подхода, исследования, планирования и программирования.
3. Как происходит управление PR- компанией в организации?
4. В чем заключается сущность аутсорсинг в организации?
5. Назовите методы социологических исследований.
6. Дайте определения понятиям: анкетный опрос, экспертное интервью, глубинное интервью, фокус- группы, выборочное наблюдение, контент – анализ.

Тема 4. Коммуникации в органах власти.

1. В чем заключается сущность службы PR- в организации: функции, структура, состав?
2. Назовите методы организации работы с прессой.
3. Каковы виды материалов для прессы?
4. В чем заключается сущность новостной информации? Пресс – релиза?
5. Назовите основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью в органах власти.

6. Каковы критерии выбора печатных средств массовой информации для установления связей с общественностью?
7. В чем заключается организация работы пресс-центра органах власти?
8. Какова роль и возможности электронных средств массовой информации органах власти при осуществлении связей с общественностью?
9. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.
10. Дайте характеристику специальным мероприятиям, и их освещению в средствах массовой информации.

Тема 5. Организация специальных событий при осуществлении связей с общественностью в органах власти.

1. Назовите формы подачи новостных материалов.
2. Как организуются и проводятся :«Круглые столы». Презентации. Выставки. Выступления на радио и телевидении. Дни «открытых дверей». Деловые приемы.
3. Назовите приемы конструирования новостной информации: «Привязка» к круглой дате. «Событие на выбор», наличие важной проблемы. приглашение влиятельных людей.
4. Подходы к формированию PR-программ в органах власти.

Тема 6. Реклама в системе связей с общественностью в органах власти.

1. В чем заключается понятие, сущность и основные цели рекламы в органах власти?
2. Дайте характеристику основных видов рекламы в зависимости от целей ее использования.
3. Назовите характерные черты распространения рекламы с помощью электронных средств массовой информации и с помощью печатных средств массовой информации.
4. Каковы основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании?
5. Назовите общие требования к рекламе, установленные российским законодательством.
6. Какова правовая оценка недобросовестной, недостоверной и неэтичной рекламы?
7. В чем заключается сущность социальной рекламы и спонсорства в системе связей с общественностью?
8. В чем заключается саморегулирование и государственный контроль в области рекламы?

Тема 7. Связи с общественностью органов власти в кризисных ситуациях.

1. В чем заключается сущность кризиса и его факторов?
2. Назовите критерии и скорости и времени развертывания кризиса.
3. В чем заключается необходимость управления кризисом?
4. Как определить основных возможностей кризиса?
5. Назовите основные этапы разрешения кризиса.
6. Назовите этапы процесса управления кризисом.
7. Как проводить коммуникации в ситуации кризиса?

Тема 8. Формирование позитивного имиджа руководителя в органах власти.

1. Дайте определение понятиям: персональный имидж, типология имиджа, имидж руководителя в органах власти, харизма.
2. В чем заключаются лидерские черты руководителя?
3. В чем заключается искусство самоподачи?
4. Назовите технологии формирования положительного имиджа руководителя: Внешность, поведение, образование.
5. Как сформировать эффективный стиль управления, поведения, внешнего образа лидера?
6. Как подготовить и провести публичные выступления руководителя?

Тема 9. Формирование корпоративного имиджа организаций и органов власти.

1. Дайте определение понятию имидж как категория PR.
2. Каковы основные характеристики имиджа?
3. Назовите базовые структурные модели имиджа организации.
4. Дайте определение корпоративной миссии.
5. Назовите этапы формирования корпоративного имиджа.
6. Дайте определение понятию: Vision – интеллектуальный образ среды деятельности.
7. В чем заключается сущность фирменного дизайна организации?
8. Дайте определение понятиям: брендинг, франчайзинг, бренд и деньги.
9. Что означает символика в политике и товарных знаках?
10. В чем заключается сущность HR – брендинга?

Контрольная работа (для очно-заочной формы обучения) Примеры вариантов контрольных работ

Тема 1

Вариант 1

1. Поле деятельности и востребованность специалиста по связям с общественностью в современной России и органах власти. Основные подходы к определению PR.
2. Социально психологические основы PR- деятельности в органах власти. Профессиональная этика специалиста по связям с общественностью в органах власти.

Тема 1

Вариант 2

1. Коммуникации и распространение информации в обществе. Коммуникативная модель PR-технологий. Механизмы построения PR – деятельности в органах власти. Модели коммуникаций ДЖ. Грунинга и Т Ханта.
2. Коммуникации и распространение информации в обществе. Лидеры мнений. Диффузная теория Роджерса. Теория изменения мнений по Лазарсфельду.

Тема 2

Вариант 3

1. PR- компания и ее составляющие. Программный подход. Исследования, планирование и программирование.
2. Управление PR- компанией в организации. Аутсорсинг в организации. Методы социологических исследований. Анкетный опрос. Экспертное интервью. Глубинное интервью. Фокус- группы. Выборочное наблюдение. Контент – анализ.

Тема 3

Вариант 4

1. Служба PR- в организации: функции, структура, состав. Методы организации работы с прессой в органах власти.
2. Виды материалов для прессы. Новостная информация. Пресс – релиз. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.

Тема 4

Вариант 5

1. Формы подачи новостных материалов. «Круглые столы». Презентации. Выставки. Выступления на радио и телевидении. Дни «открытых дверей». Деловые приемы.
2. Организация специальных событий. Презентация. Технология подготовки и проведения презентации. Выставка. Технология подготовки и проведения выставки.

Тема 5

Вариант 6

1. Понятие, сущность и основные цели рекламы в органах власти. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании. Социальная реклама и спонсорство в системе связей с общественностью.

2. Общие требования к рекламе, установленные российским законодательством. Правовая оценка недобросовестной, недостоверной и неэтичной рекламы. Законодательные ограничения на использование рекламы в средствах массовой информации.

Тема 6

Вариант 7

1. Имидж как категория PR. Имидж организации: базовые структурные модели, корпоративная миссия. Vision – интеллектуальный образ среды деятельности. Фирменный дизайн организации.

2. Стратегии формирования корпоративного имиджа организаций.

Брендинг. Франчайзинг. HR – брендинг.

Тема 7

Вариант 8

1. Персональный имидж. Технологии формирования положительного имиджа руководителя.

2. Формирование стиля управления, поведения, внешнего образа лидера.

Тема 8

Вариант 9

1. Сущность политического имиджа. Общие требования к политическому имиджу. Факторы влияющие на формирование привлекательного имиджа политика.

2. Технологии создания идеального образа кандидата.

Тема 9

Вариант 10

1. Соцопросы, мониторинг, сценарный подход, метод контраста, метод социальной перцепции при создании политического имиджа.

2. Публичные выступления руководителя.

Темы рефератов

Тема 1. Предмет, структура и основные функции связей с общественностью в органах власти.

1. Основные подходы к определению PR.

2. PR и другие науки. Журналистика, реклама, пропаганда, маркетинг.

3. Сферы применения PR. Примеры.

4. Качества специалиста в области PR. Функции и должностные обязанности специалиста в области PR.

5. Исторические формы коммуникации.

6. Исходная структура PR-деятельности, общие принципы ее построения и оценки.

Тема 2. Информационные процессы в обществе и управление коммуникациями в органах власти.

1. Коммуникативная модель PR-технологий Р. Якобсона — И. Эвен-Зоухара

2. Механизмы управления новостной информацией. Формирование собственного информационного потока. Примеры

3. Распространение информации в человеческой среде: лидеры мнений, методы их определения

4. Распространение информации в человеческой среде: диффузная теория и теория изменения мнений

5. Элементарные операции PR. Примеры.

6. Речи, их написание и произнесение. Выступления на радио и телевидении.

Тема 3. Управление PR – деятельностью в органах власти.

1. Коммуникативная модель PR-технологий. Характеристики вербальной сферы коммуникаций.

2. Пресс-конференции. Пресс-релиз.

3. Презентации: их роль, особенности организации и проведения презентаций.

4. Профессия «спин-доктор». Деятельность спин-доктора в новостной плоскости.

Примеры.

5. Сущность менеджмента новостей на примере какого-либо события.

6. Менеджмент новостей: способы создания, совершенствования и продвижения новости. Примеры.

Тема 4. Коммуникации в органах власти.

1. Слухи, их распространение и борьба с ними.

2. Управление имиджем. Роль корпоративной философии и фирменной истории.

3. Управление имиджем. Конструирование имиджа организации.

4. Управление имиджем. Типы имиджевых характеристик. Конструирование имиджа отдельного человека.

5. Потребностные мифологии как методы воздействия на потребителя информации.

Примеры.

6. Мифологические аргументации как механизм усвоения потребностных мифологий. Примеры.

Тема 5. Организация специальных событий при осуществлении связей с общественностью в органах власти.

1. Методы воздействия на потребителя информации: бизнес-ритуалы. Понятие, значение в жизнедеятельности организации, структура, принципы проектирования.

Примеры.

2. Методы воздействия на потребителя информации. Политические перформансы.

Примеры.

3. Понятие кризиса, кризисной ситуации. Классификация и типология кризисов.

4. Модель кризисной ситуации. Кривые «вопроса» и «ответа». Особенности управления информацией во время кризиса.

5. Подготовка к кризисам, действия PR-команды в кризисных условиях. Типичные ошибки руководителя во время кризиса.

6. Особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса.

Тема 6. Реклама в системе связей с общественностью в органах власти.

1. Управление PR-деятельностью. PR-кампания и ее составляющие. Программный подход.

2. Служба PR в организации: функции, структура, состав. Примеры.

3. Процедурные технологии: модерация. Примеры

4. Процедурные технологии: фасилитация. Виды, направления.

5. Процедурные технологии: мозговая атака. Разновидности, принципы, этапы, результат. Примеры.

6. Процедурные технологии: медиация как способ разрешения конфликта. Сферы применения. Примеры.

Тема 7. Связи с общественностью органов власти в кризисных ситуациях.

1. Использование маркетингового подхода в PR: сегментирование.

2. Использование маркетингового подхода в PR: позиционирование.

3. Развитие коммуникационных механизмов. От маркетинга к мифодизайну.

4. Основы теории мифа, значимые для PR. Типология мифа: элементы мифологического сюжетосложения.

5. Герменевтика. Основные выводы, значимые для PR.

6. Техники НЛП, используемые в PR.

Тема 8. Формирование позитивного имиджа руководителя в органах власти.

1. Персональный имидж и лидерские черты руководителя.

2. Психоанализ и его значение для PR.

3. Основные выводы теории, переговоров, значимые для PR.

4. Сферы PR-деятельности. Государственные PR. Политические PR.

5. Конкретные PR-стратегии: Лоббирование.

6. Финансовые PR.

Тема 9. Формирование корпоративного имиджа организаций и органов власти.

1. Имидж как категория PR, его основные характеристики.

2. Благотворительность как PR-стратегия.

3. Информационные войны.

4. Организация выставок и ярмарок.

5. Сущность HR – брендинга.

Кейс-задания

Тема 2. Информационные процессы в обществе и управление коммуникациями в органах власти.

Кейс № 1. Строительство нового промышленного предприятия.

Группа независимых экологов при общественном совете администрации крупного регионального центра выступает против строительства в городе, где до данного момента в принципе не была представлена металлургическая промышленность, металлургического предприятия, которое ведет одна из ведущих промышленных корпораций страны. Власти города и субъекта федерации широко поддерживают проект, который несет для региона несомненные экономические преимущества в виде дополнительных инвестиций, налоговых поступлений и рабочих мест, но в тоже время не считают нужным вступать в открытую полемику с независимыми экологами.

Участники:

1. Группа независимых экологов при общественном совете города объединяет преимущественно экологов-общественников, а также профессорско-преподавательский состав ряда ведущих региональных вузов и представителей ряда городских предприятий.

2. Администрация города и области.

3. Одна из ведущих промышленных корпораций страны.

4. Городские СМИ.

Цели участников:

1. группа независимых экологов через привлечение общественного внимания пытается добиться от городских и областных властей решения о прекращении строительства

2. лидер группы экологов планирует участие в выборах – ему нужен пиар и средства на выборную кампанию;

3. промышленная компания заинтересована в реализации проекта именно в этом городе, так как в радиусе 500 километров находятся большие запасы сырья, в том числе металлического лома, оставленного при строительстве железной дороги и нефтепровода федерального значения.

4. городские и областные власти заинтересованы, чтобы реализация важнейшего для области инвестиционного проекта проходила при благоприятном социальном фоне, они осознают экологическую безопасность объекта, его экономическое и социальное значение, но ожидается череда выборов, поэтому им приходится считаться с общественным мнением, которое в данном случае олицетворяют экологи.

5. СМИ заинтересованы в увеличении своей прибыли за счет освещения острых социальных и экономических проблем города.

Описание ситуации: Крупный металлургический холдинг ведет строительство металлургического завода в областном центре, где до этого металлургическая отрасль не была представлена в принципе. Проект прошел все необходимые обязательные процедуры согласования в соответствующих надзорных органах, успешно преодолел общественные слушания. Проект предполагает использование современных технологий в формате так называемого мини-завода, который работает исключительно на вторичном сырье и имеет в своем составе только электросталеплавильный передел. При этом отсутствуют коксохимическое и аглодоменное производства, которые обеспечивают львиную долю выбросов металлургических комбинатов. Технология таких мини-заводов экологически абсолютно безопасна, поэтому получила большое распространение в Европе, где такие предприятия располагаются даже в самых живописных уголках, не говоря уже о крупных населенных пунктах и европейских столицах. Тем не менее, группа независимых экологов утверждает, что строительство предприятия нанесет огромный вред городской экологии, будет способствовать росту заболеваемости и ухудшению санитарно-эпидемиологической обстановки в городе. Единственным выходом из ситуации, по мнению экологов, должно стать прекращение стройки. Большинство СМИ лояльно городским и областным властям, поддерживающим проект, поэтому основная пиар-кампания ведется экологами в сети Интернет в различных блогах и форумах. Власти при этом не спешат озвучивать свою официальную позицию по отношению к действиям независимых экологов.

Вопросы к заданию:

1. Каково ваше мнение по поводу нежелания властей вступать в открытую полемику с независимыми экологами?

2. Как лидеры мнений могут влиять на информационные процессы в обществе?

3. Каким образом власти должны были привлечь лидеров мнений к существующей проблеме?

4. Какие модели коммуникаций можно применить к существующей проблеме?

5. Каким образом власти должны были взаимодействовать с местными СМИ?

Тема 6. Реклама в системе связей с общественностью в органах власти.

Кейс № 2.

Необходимо ознакомиться с двумя видеороликами:

Газманов, Машков, Безруков: операция «Обнуление»

<https://www.youtube.com/channel/UCgxTPTFbIbCWfTR9I2-5SeQ>

Путин vs эпидемия. Продажные артисты за поправки. Навка платит взятку

<https://www.youtube.com/watch?v=QZJiSphrkfU>

В указанных видеороликах содержатся призывы к гражданам РФ прийти на голосование по проекту Конституции и голосовать за предлагаемые поправки. Необходимо ответить на вопрос являются ли эти призывы, а также сами ролики с участием известных актеров рекламой? Указать четко критерии на основании которых ролики (материал) можно отнести к рекламе. Или эта форма агитации, выражения своего мнения и т.п.?

Тема 8. Формирование позитивного имиджа руководителя в органах власти.

Кейс № 3. Общественность против распоряжения Главы администрации поселка.

Фонд «Холокост», региональный общественный фонд «Памяти Пальмникен» и международное общество «Мемориал» выступают против распоряжения Главы администрации поселка Янтарный (побережье балтийского моря) о постройке курортно-развлекательный комплекса на месте захоронения около 7 тыс. евреев, расстрелянных фашистами в 1945 году.

Участники:

1. Международное общество «Мемориал» - это историко-просветительское, правозащитное и благотворительное общество, основной задачей которого изначально было сохранение памяти о политических репрессиях в недавнем прошлом нашей страны. Фонд «Холокост» помогает людям, пережившим (или попавшим под его влияние) геноцид ненависти, агрессии, жестокости. Оказывает моральную поддержку его участникам.

2. Региональный общественный фонд «Памяти Пальмникен» - фонд Калининградской области, который приступил к созданию мемориала на месте расстрела фашистами в 1945 году семи тысяч узников концлагеря «Штутхов» у поселка Янтарное (прежнее название – Пальмникен).

3. Администрация поселка Янтарный.

Территория: поселок Янтарный (Калининградская обл.)

Цели участников:

1. Целью администрации поселка является создание курортно-развлекательного туристического объекта, поскольку для этого есть необходимые условия. Рядом с посёлком находятся самый широкий в Калининградской области песчаный морской пляж, большое живописное озеро (излюбленное место отдыха дайверов), образовавшееся на месте бывшего янтарного карьера, парк, называемый в народе парком Беккера (основателя парка и янтарной мануфактуры) с множеством редких деревьев, среди которых тюльпанное дерево, красные буки, Парковая площадь с отметкой так называемого «Янтарного пути». В городе сохранилась бывшая евангелистская кирха, построенная в XIX веке Морисом Беккером (ныне храм иконы Казанской Божией Матери). Летом в Янтарном проводятся отборочные туры чемпионата России и международные турниры по пляжному футболу, пляжному волейболу, регби, заплывы на озере Янтарном — «Янтарная миля» и множество фестивалей, в том числе ежегодный международный музыкальный фестиваль «Янтарный пляж». Недалеко от Янтарного в посёлке Поваровка будет создана одна из четырёх российских игорных зон.

2. Цель общественных организаций – сохранить память об исторических событиях времен второй мировой войны.

Описание ситуации:

Конфликт между местными властями и общественными организациями развернулся в 2006 году после того как мэр поселка Янтарного Игорь Казаков подписал постановление №268 «О выборе и предварительном согласовании земельного участка для строительства объектов курортно-рекреационного назначения и туризма ООО «Балтийская лазурь». В 1945 году здесь произошел последний в истории Второй мировой войны расстрел евреев. Около 7000 человек навсегда остались в окрестностях поселка Пальмникен, ныне Янтарного. Региональный общественный фонд «Памяти Пальмникен» собирался построить автостоянку, проложить многочисленные дорожки и установить скамейки для туристов.

Могилы расположены по всему побережью, здесь захоронены и жертвы нацизма, и пленники советских концлагерей. Могилы находятся на каждом шагу. Поэтому мемориал разместили в условном месте, чтобы было, куда прийти поклониться.

К реализации проекта подключились жители поселка и местная еврейская община. Однако когда документы были оформлены, выяснилось, что данная территория передана коммерческой фирме, которая собирается воздвигнуть рядом с мемориалом увеселительные заведения.

Вопросы к заданию:

1. Каково ваше мнение по поводу намерений и действий Главы администрации поселка?

2. Как лидеры мнений могут влиять на информационные процессы в обществе?

3. Каким образом власти должны работать с общественными организациями?

4. Какие модели коммуникаций можно применить к существующей проблеме?

5. Как ситуация может повлиять на имидж руководителя и органов власти?

Тесты

Тема 1

Связи с общественностью (Паблик рилейшенз).

- А) установка и поддержка коммуникации в организационной среде;
- Б) психологическое исследование в организационной среде;
- В) правовое обеспечение в организационной среде.

Функции PR.

- А) функции управления персоналом организации;
- Б) функции управления коммуникацией организации;
- В) функции управления безопасностью организации.

Первоначальное определение PR.

- А) агитация;
- Б) реклама;
- В) пропаганда.

Байлайнер

- А) авторская статья
- Б) интервью
- В) биография

Факт – лист

- А) буклет
- Б) фотографии
- В) кэйс

Тема 2

Доминирующие каналы передачи информации в PR.

- А) Растяжки над дорогами;
- Б) Средства СМИ;
- В) Баннеры.

Должностные обязанности PR специалиста.

- А) управление персоналом в организации
- Б) управление службой безопасности
- В) связи со средствами информации и управление коммуникациями

Анкета.

- А) инструмент для исследования;
- Б) тест;
- В) резюме.

Аргументация.

- А) оправдание или опровержение мнения;
- Б) интервью;
- В) вопрос, задаваемый респондентом.

Communication

- А) действие
- Б) общение
- В) оценка

Тема 3

Специальные события это:

- А) выставки, дни открытых дверей, ярмарки, конференции
- Б) паблисити, имидж, аутсорсинг
- В) модели коммуникаций, вещательные средства коммуникаций, печатные средства коммуникаций.

Реклама это:

- А) презентация товара или услуг на платной основе
- Б) название, символ, дизайн, обозначающий определенный вид товара или услуги
- В) корпоративная внутренняя коммуникация

Evaluation

- А) общение
- Б) Бренд.
- в) оценка

Паблисити это:

- А) публикации в СМИ
- Б) продвижение продаж
- В) символ товара или услуги

HR - брендинг.

- А) социальная привлекательность организации в глазах наемных работников;
- Б) название, символ и дизайн организации;
- В) маркетинговые исследование в организации.

Тема 4

Брифинг это:

- А) оперативное взаимодействие организации со СМИ
- Б) печатные средства коммуникаций.
- В) размещение товара на рынка.

Аутсорсинг

- А) оценка
- Б) программа
- В) консультирование

Основной потребитель рекламы.

- А) подростки;
- Б) пенсионеры;
- В) целевая аудитория.

Общественные отношения - это:

- А) Объективно складывающиеся отношения между людьми при производстве, распределении, обмене и потреблении благ
- Б) Это различные социальные взаимосвязи, возникающие в социальном взаимодействии, связанные с положением людей и функциями, выполняемыми ими в обществе
- В) Одна из форм общественного бытия политики, вид социальных отношений наряду с экономическими, религиозными, эстетическими, нравственными
- Г) Это отношения, основанные на соглашении между работником и работодателем о личном выполнении работником трудовой функции за заработную плату

Родиной современных PR считается:

- А) Франция
- Б) Китай

- В) США
- Г) Россия

Тема 5

Основной механизм размещения рекламы.

- А) платное размещение рекламы в средствах СМИ;
- Б) платное размещение товара на рынках;

Маркетинговая компания.

- А) продвижение информации;
- Б) потребление информации;
- В) Обмен информацией.

Самой первой коммуникативной технологией в истории человечества является:

- А) реклама
- Б) пропаганда
- В) маркетинг
- Г) пиар

Какая Национальная премия в области связей с общественностью была учреждена в 1997 году:

- А) Хрустальный апельсин
- Б) Серебряный лучник
- В) Белое крыло
- Г) Мерцающий свет

Бэкграундер

- А) новостная информация
- Б) фоновая информация
- В) редакционный срок

Тема 6

Пресс-релиз

- А) сообщение содержащее важную новость
- Б) фоновая информация
- В) история организации

Бэкграундер

- А) новостная информация
- Б) фоновая информация
- В) редакционный срок

Тема 7

Кэйс – история

- А) рассказ о благоприятном использовании потребителем товара или услуги
- Б) сообщение содержащее важную новость
- В) история создания организации

Медиа – кит это:

- А) пресс – релиз
- Б) комплекс материалов об организации для СМИ
- В) рассказ о благоприятном использовании потребителем товара или услуги

Основной механизм размещения рекламы.

- А) платное размещение рекламы в средствах СМИ;
- Б) платное размещение товара на рынках;

Маркетинговая компания.

- А) продвижение информации;
- Б) потребление информации;
- В) Обмен информацией.

Пресс-релиз

- А) сообщение содержащее важную новость
- Б) фоновая информация
- В) история организации

Тема 8

Арт - директор.

- А) руководитель производственного отдела рекламного агентства;
- Б) руководитель художественного отдела рекламного агентства;
- В) руководитель отдела по работе с клиентами.

Байлайнер

- А) авторская статья
- Б) интервью
- В) биография

Факт – лист

- А) буклет
- Б) фотографии
- В) кэйс

Реклама это:

- А) презентация товара или услуг на платной основе
- Б) название, символ, дизайн, обозначающий определенный вид товара или услуги
- В) корпоративная внутренняя коммуникация

Брифинг это:

- А) оперативное взаимодействие организации со СМИ
- Б) печатные средства коммуникаций.
- В) размещение товара на рынка.

Аутсорсинг

- А) оценка
- Б) программа
- В) консультирование

Тема 9

Барьеры восприятия информации.

- А) информационные фильтры, зависящие от целевой группы;
- Б) отсутствие помещения для выступления;
- В) отсутствие разрешения на передачу информации.

Анкета.

- А) инструмент для исследования;
- Б) тест;
- В) резюме.

Аргументация.

- А) оправдание или опровержение мнения;
- Б) интервью;
- В) вопрос, задаваемый респондентом.

Action

- А) (**действие:** разработка программы и сметы);
- Б) (**общение:** осуществление программы информационно-коммуникативными средствами);
- В) (**оценка:** определение результатов и внесение коррективов в программу).

Бизнес – имидж организации.

- А) маркетинговые исследования в организации;
- Б) представление об организации, как субъекте определенной деятельности;
- В) представление общественности о социальных целях организации.

Оценочные средства для промежуточного контроля

Компетенция. Способен обеспечивать коммуникационное сопровождение деятельности органов государственной и муниципальной власти. (ПК-9)

Вопросы к зачету

1. Предмет PR, содержание и структура связей с общественностью в органах власти.
2. Основные подходы к определению PR.
3. PR и другие науки. Журналистика, реклама, пропаганда, маркетинг.
4. Сферы применения PR. Примеры
5. Качества специалиста в области PR. Функции и должностные обязанности специалиста в области PR.
6. Связи с общественностью в органах власти и взаимодействие со СМИ.
7. Исторические формы коммуникации
8. Исходная структура PR-деятельности, в органах власти общие принципы ее построения и оценки.
9. Коммуникативная модель PR-технологий Р. Якобсона — И. Эвен-Зохара.
10. Коммуникативная модель PR-технологий. Характеристики вербальной сферы коммуникаций.
11. Распространение информации в человеческой среде: лидеры мнений, методы их определения.
12. Распространение информации в человеческой среде: диффузная теория и теория изменения мнений
13. Элементарные операции PR. Примеры
14. Речи, их написание и произнесение. Выступления на радио и телевидении.
15. Пресс-конференции. Пресс-релиз.
16. Презентации: их роль, особенности организации и проведения презентаций.

17. Профессия «спин-доктор». Деятельность спин-доктора в новостной плоскости. Примеры
18. Сущность менеджмента новостей на примере какого-либо события.
19. Механизмы управления новостной информацией. Формирование собственного информационного потока. Примеры.
20. Менеджмент новостей: способы создания, совершенствования и продвижения новости. Примеры.
21. Управление имиджем в органах власти.
22. Управление имиджем. Типы имиджевых характеристик. Конструирование имиджа отдельного человека.
23. Потребностные мифологии как методы воздействия на потребителя информации. Примеры.
24. Мифологические аргументации как механизм усвоения потребностных мифологий. Примеры.
25. Методы воздействия на потребителя информации: бизнес-ритуалы. Понятие, значение в жизнедеятельности организации, структура, принципы проектирования. Примеры.
26. Методы воздействия на потребителя информации. Политические перформансы. Примеры.
27. Понятие кризиса, кризисной ситуации. Классификация и типология кризисов.
28. Модель кризисной ситуации. Кривые «вопроса» и «ответа». Особенности управления информацией во время кризиса.
29. Подготовка к кризисам, действия PR-команды в кризисных условиях. Типичные ошибки руководителя во время кризиса.
30. Особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса.
31. Управление PR-деятельностью в органах власти. PR-кампания и ее составляющие. Программный подход.
32. Служба PR в организации: функции, структура, состав.
33. Процедурные технологии: модерация.
34. Процедурные технологии: фасилитация. Виды, направления, применения.
35. Процедурные технологии: мозговая атака. Разновидности, принципы, этапы, результат.
36. Процедурные технологии: медиация как способ разрешения конфликта. Сферы применения.
37. Использование маркетингового подхода в PR: сегментирование
38. Использование маркетингового подхода в PR: позиционирование.
39. Развитие коммуникационных механизмов в органах власти. От маркетинга к мифодизайну.
40. Основы теории мифа, значимые для PR. Типология мифа: элементы мифологического сюжетосложения.

Тестовые задания на зачет

1. Формирование общенациональной политики, продвижение национальных программ:

PR-партии
GR «Government Relations»
само -PR
государственный PR

2. Органы местного самоуправления (муниципальные) в систему органов государственной власти:

не входят
входят
частично входят
частично не входят

3. В основе событийного PR лежит:

новость
забытое событие
черный PR
сенсация

4. Основным назначением службы по связям с общественностью в органах власти является достижение:

высокой общественной репутации
низкого уровня общественного сознания
высокого общественного порицания
высокого уровня общественного сознания

5. Гражданское общество по отношению к государственным структурам существует:

вне рамок государственных структур
полностью подчинено
в рамках государственных структур
в реверсивных отношениях

6. Основные функции Правительственной комиссии в сфере построения системы «Открытое правительство» являются:

организация выборов, работа с кандидатами
организация подлинных мероприятий, учет предложений
организация общественной экспертизы нормативных правовых актов органов власти, рассмотрение предложений
организация специальных мероприятий, учет предложений

7. Для рассмотрения инициативы органом государственной власти на муниципальном уровне, необходимо чтоб она набрала количество голосов от численности населения, зарегистрированного на территории:

не менее 10 процентов
не менее 1 тысячи
не менее 100 тысяч
не менее 5 процентов

8. Имидж носит характер:
подписной
общий
стереотипный
частный

9. Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:

связи с органами власти
разведывательная деятельность
связи с общественностью
политические связи

10. Для участия граждан в принятии государственных решений создан федеральный интернет-портал:

Российская общественная инициатива
Пенсионных накоплений
бесплатных игр
Государственных услуг

11. Осуществление связей с общественностью в органах власти полностью зависит от:

особенностей государственной структуры
внутренней политики
внешней политики

12. Специализированная многофункциональная деятельность органов власти по организации и обеспечению отношений, направленных на содействие государству, создание благоприятного имиджа, налаживание обратной связи посредством элементов убеждения и влияния:

политические связи
разведывательная деятельность
связи с общественностью
связи с органами власти

13. Постояннодействующим координирующим органом Открытого правительства является:

Генеральный прокурор
Объединенный разведывательный комитет
Правительственная комиссия
Экспертный центр

14. Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия — это:

служба связей с общественностью

служба доставки
сервисная служба
служба занятости

15. Проведением экспертизы социально-значимых решений органов власти в системе «Открытое правительство» занимается:

органы местного самоуправления
Экспертный совет
органы государственной власти РФ
Министр Российской Федерации

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков характеризующих этапы формирования компетенций

Контроль освоения дисциплины и оценка знаний обучающихся производится в соответствии с Пл КубГАУ 2.5.1 «*Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся*».

Устный опрос

Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемыми дисциплинами, позволяет определить объем знаний обучающегося по определенному разделу.

Рекомендуется для оценки знаний обучающихся.

Критерии оценки знаний обучаемых при проведении опроса.

Оценка «**отлично**» выставляется за полный ответ на поставленный вопрос с включением в содержание ответа лекции, материалов учебников, дополнительной литературы без наводящих вопросов.

Оценка «**хорошо**» выставляется за полный ответ на поставленный вопрос в объеме лекции с включением в содержание ответа материалов учебников с четкими положительными ответами на наводящие вопросы преподавателя.

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется за ответ, в котором озвучено более половины требуемого материала, с положительным ответом на большую часть наводящих вопросов.

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется за ответ, в котором озвучено менее половины требуемого материала или не озвучено главное в содержании вопроса с отрицательными ответами на наводящие вопросы или студент отказался от ответа без предварительного объяснения уважительных причин.

Реферат

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки, а также собственные взгляды на нее. Рекомендуется для оценки знаний и умений обучающихся.

Реферат — это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление.

Задачи реферата:

1. Формирование умений самостоятельной работы студентов с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

Критериями оценки реферата являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению.

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

Оценка «хорошо» — основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

Оценка «удовлетворительно» — имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы.

Оценка «неудовлетворительно» — тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или реферат не представлен вовсе.

Тест

Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Рекомендуется для оценки знаний, умений и навыков обучающихся

Критерии оценки знаний обучаемых при проведении тестирования.

Оценка **«отлично»** выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем 85 % тестовых заданий.

Оценка **«хорошо»** выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем 70 % тестовых заданий.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется при условии правильного ответа студента не менее 51 %.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется при условии правильного ответа студента менее чем на 50 % тестовых заданий.

Кейс-задание.

Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. Рекомендуется для оценки знаний, умений и навыков обучающихся.

В основе метода кейс-заданий лежит описание конкретной профессиональной деятельности или эмоционально-поведенческих аспектов взаимодействия людей. При изучении конкретной ситуации, и анализе конкретного примера обучающийся должен вжиться в конкретные обстоятельства, понять ситуацию, оценить обстановку, определить, есть ли в ней проблема и в чем ее суть. Определить свою роль в решении проблемы и выработать целесообразную линию поведения.

Метод кейс-заданий разбивается на этапы:

- Подготовительный этап;
- Ознакомительный этап;
- Аналитический этап;

- Итоговый этап.

На первом этапе преподаватель конкретизирует цели, помогает обучающемуся разработать соответствующую «конкретную ситуацию» и сценарий занятия. При разработке важно учитывать ряд обязательных требований:

- Пример должен логично продолжать содержание теоретического курса и соответствовать будущим профессиональным потребностям обучающегося;
- Сложность описанной ситуации должна учитывать уровень возможностей обучающегося, т.е. с одной стороны, быть по силам, а с другой, вызывать желание с ней справиться и испытать чувство успеха;
- Содержание должно отражать реальные профессиональные ситуации, а не выдуманные события и факты.

На втором этапе происходит вовлечение обучающихся в живое обсуждение реальной профессиональной ситуации. Преподаватель обозначает контекст предстоящей работы, обращаясь к компетентности обучающихся в определенной области. Знакомит обучающихся с содержанием конкретной ситуации, индивидуально или в группе. В этой методике большую роль играет группа, т.к. повышается развитие познавательной способности во время обсуждения идей и предлагаемых решений, что является плодом совместных усилий. По этой причине, ознакомление с описанием конкретной ситуации выполняется в малой группе.

Анализ в групповой работе начинается после знакомства обучающихся с предоставленными фактами, и предлагаются следующие рекомендации:

- выявление признаков проблемы;
- постановка проблемы требует ясности, четкости, краткости формулировки;
- различные способы действия;
- альтернативы и их обоснование;
- анализ положительных и отрицательных решений;
- первоначальные цели и реальность ее воплощения.

Результативность используемого метода увеличивается благодаря аналитической работе обучающихся, когда они могут узнать и сравнить несколько вариантов решения одной проблемы. Такой пример помогает расширению индивидуального опыта анализа и решения проблемы каждым обучающимся.

Так как анализ конкретной ситуации – групповая работа, то решение проблемы происходит в форме открытых дискуссий. Важным моментом является развитие познавательной деятельности и принятие чужих вариантов решения проблемы без предвзятости. Это позволяет обучающимся развивать умение анализировать реальные ситуации и вырабатывать самостоятельные решения, что необходимо каждому специалисту, особенно в современной рыночной экономике.

Критерии оценивания выполнения кейс-задания:

Результат выполнения кейс-задания оценивается с учетом следующих критериев:

- полнота проработки ситуации;
- полнота выполнения задания;
- новизна и неординарность представленного материала и решений;
- перспективность и универсальность решений;
- умение аргументировано обосновать выбранный вариант решения.

Если результат выполнения кейс-задания соответствует обозначенному критерию студенту присваивается один балл (за каждый критерий по 1 баллу).

Оценка «отлично» – при наборе в 5 баллов.

Оценка «хорошо» – при наборе в 4 балла.

Оценка «удовлетворительно» – при наборе в 3 балла.

Оценка «неудовлетворительно» – при наборе в 2 балла.

Контрольная работа.

(для обучающихся по заочной форме)

Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определённого типа по теме или разделу или модулю учебной дисциплины.

Рекомендуется для оценки знаний и умений обучающихся

Для студентов обучающихся по очно-заочной форме обучения предусматривается выполнение контрольных работ.

Контрольная работа по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» должна отражать проблемные вопросы, современные достижения отечественной и зарубежной практик построения взаимоотношений властных структур, бизнеса и общества, направления совершенствования технологий и форм взаимодействия и партнерства между ними.

Текст контрольной работы должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Контрольная работа должна быть структурирована (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть (состоящая из главы о исследовании теоретических и методических основ рассматриваемой темы (проблемы), из главы о анализе текущего состояния предмета исследования (исследуемой проблемы), из главы-раздела о рекомендациях и направлениях разрешения исследуемых проблем, совершенствования процессов взаимодействия власти, бизнеса и общества), заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

Выполнение магистрантом контрольной работы осуществляется под непосредственным контролем руководителя. После завершения работы магистрант сдает ее на кафедру. Руководитель определяет ее соответствие требованиям и письменно дает свое заключение на титульном листе контрольной работы о возможности допустить ее к защите. Далее устанавливается дата и время ее защиты. При выставлении оценки за контрольную работу учитываются следующие факторы:

объем и качество выполнения контрольной работы,
оригинальность и самостоятельность решения поставленных задач,
глубина знаний по выбранной теме,
умение излагать результаты, объяснять источники данных, ориентироваться в законодательных и нормативных документах по данной теме,
способность обосновывать и защищать принятые решения, отвечать на заданные при защите вопросы как теоретического, так и практического характера.

Критерии оценки знаний обучающегося при написании контрольной работы

«Отлично» выставляется за контрольную работу, в которой:

1. Используется основная литература по проблеме.
2. Дано теоретическое обоснование актуальной темы и анализ передового опыта работы.
3. Показано применение научных методик и передового опыта в своей работе с испытуемыми, обобщен собственный опыт, иллюстрируемый различными наглядными материалами, сделаны выводы и даны практические рекомендации.
4. Работа безукоризненна в отношении оформления (орфография, стиль, цитаты, ссылки и т.д.).
5. Все этапы выполнены в срок.

«Хорошо» выставляется в случае, если:

1. Использована основная литература по теме (методическая и научная).
2. Дано теоретическое обоснование и анализ передового опыта работы.
3. Все этапы выполнены в срок.
4. Работа правильно оформлена.
5. Недостаточно описан личный опыт работы, применение научных исследований и передового опыта работы.

«Удовлетворительно» выставляется:

1. Библиография ограничена.
2. Нет должного анализа литературы по проблеме.
3. Хорошо обобщен собственный опыт работы.
4. Оформление работы правильное.
5. Большая часть выполнена в срок.

Вопросы для проведения зачета

Рекомендуется для оценки знаний, умений и навыков обучающихся.

Критерии оценки знаний обучающихся на зачете.

Оценка «зачтено» должна соответствовать параметрам любой из положительных оценок («отлично», «хорошо», «удовлетворительно»), а «не зачтено» – параметрам оценки «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, который обладает всесторонними, систематизированными и глубокими знаниями материала учебной программы, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные учебной программой, усвоил основную и ознакомился с дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется обучающемуся усвоившему взаимосвязь основных положений и понятий дисциплины в их значении для приобретаемой специальности, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала, правильно обосновывающему принятые решения, владеющему разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, обнаружившему полное знание материала учебной программы, успешно выполняющему предусмотренные учебной программой задания, усвоившему материал основной литературы, рекомендованной учебной программой. Как правило, оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, показавшему систематизированный характер знаний по дисциплине, способному к самостоятельному пополнению знаний в ходе дальнейшей учебной и профессиональной деятельности, правильно применяющему теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеющему необходимыми навыками и приемами выполнения практических работ.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который показал знание основного материала учебной программы в объеме, достаточном и необходимым для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных учебной программой, знаком с основной литературой, рекомендованной учебной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, допустившему погрешности в ответах на экзамене или выполнении экзаменационных заданий, но обладающему необходимыми знаниями под руководством преподавателя для устранения этих погрешностей, нарушающему последовательность в изложении учебного материала и испытывающему затруднения при выполнении практических работ.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, не знающему основной части материала учебной программы, допускающему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных учебной программой заданий, неуверенно с большими затруднениями выполняющему практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не может продолжить обучение или приступить к деятельности по специальности по окончании университета без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная учебная литература

1. Мухаев Р. Т. Government Relations: теория, стратегии и национальные практики. Полное руководство : учебник / Р. Т. Мухаев. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 393 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5b90eb67bc31f9.88013551. - ISBN 978-5-16-014105-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967118>

2. Орехова М. С. Связи с общественностью в органах власти. : метод. указания /— сост. М. С. Орехова. – Краснодар : КубГАУ, 2022. – 51 с.

3. Связи с общественностью в органах власти : метод. указания по подготовке контрольных работ / сост. Н. В. Лоскутов. – Краснодар : КубГАУ, 2019. – 12 с. https://edu.kubsau.ru/file.php/119/Svjazi_s_obshestvennost_kr_519418_v1_.PDF

Дополнительная учебная литература

1. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1059463>

2. Гребенникова, А. А. Инновационные технологии в деятельности органов власти : учебное пособие / А. А. Гребенникова, О. Г. Кирилюк. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-4487-0606-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88756.html>

3. Сайкин Е. А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью : учебное пособие / Е. А. Сайкин, З. Н. Сергеева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2014. — 84 с. — ISBN 978-5-7782-2381-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44973.html>

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень ЭБС

№	Наименование	Тематика
1	Znanium.com	Универсальная
2	IPRbook	Универсальная
3	Образовательный портал КубГАУ	Универсальная

Перечень интернет-сайтов:

- Портал Президента РФ <http://www.kremlin.ru>
- Официальный сайт «Росстата» <http://www.gks.ru>
- Официальный сайт Банка России. <http://www.cbr.ru>
- Федеральное агентство федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>
- Управление Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и республике Адыгея <https://krsdstat.gks.ru/>
- Администрация Краснодарского края – <http://www.admkrai.krasnodar.ru/>;
- Администрация муниципального образования г. Краснодар – <http://www.krd.ru/>;
- Департамент сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края- <http://www.ars.kuban.ru/>
- информационно-правовой портал Гарант - <http://www.garant.ru/>
- научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
- информационно-правовой портал КонсультантПлюс - <http://www.consultant.ru/>

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

1. Связи с общественностью в органах власти : метод. указания по подготовке контрольных работ / сост. Н. В. Лоскутов. – Краснодар : КубГАУ, 2019. – 12 с.
https://edu.kubsau.ru/file.php/119/Svjazi_s_obshchestvennost_kr_519418_v1_.PDF

2. Связи с общественностью в органах власти : метод. указания для выполнения семинарских занятий / сост. Н. В. Лоскутов. – Краснодар : КубГАУ, 2019. – 30 с.
https://edu.kubsau.ru/file.php/119/Svjazi_s_obshchestvennostju_sem_zan_519419_v1_.PDF

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют: обеспечить взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет»; фиксировать ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации по дисциплине и результатов освоения образовательной программы; организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентационных технологий; контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования.

Перечень лицензионного ПО

№	Наименование	Краткое описание
1	Microsoft Windows	Операционная система
2	Microsoft Office (включает Word, Excel, PowerPoint)	Пакет офисных приложений

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование	Тематика	Электронный адрес
1	Научная электронная библиотека eLibrary	Универсальная	https://elibrary.ru/
2	Гарант	Правовая	https://www.garant.ru/
3	КонсультантПлюс	Правовая	https://www.consultant.ru/

12 Материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине

№ п/п	Наименование учебных предметов,	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным	Адрес (местоположен
-------	---------------------------------	--	---------------------

	курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	ие) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	Связи с общественностью в органах власти	<p>Помещение № 2 ЭЛ, посадочных мест — 100; площадь — 129,6кв.м.; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель); Технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран); Программное обеспечение: Windows, Office;</p> <p>Помещение №410 ЭЛ, посадочных мест — 147; площадь — 106,1кв.м.; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Сплит-система — 2 шт.; Специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель); Технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран); Программное обеспечение: Windows, Office</p> <p>Помещение №514 ЭЛ, посадочных мест — 40; площадь — 44,1кв.м.; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель); технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран); программное обеспечение: Windows, Office.</p> <p>Помещение №506 ЭЛ, посадочных мест — 30; площадь — 42,2кв.м.; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель); технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран); программное обеспечение: Windows, Office.</p>	350044, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. им. Калинина, 13

		<p>Помещение №513 ЭЛ, посадочных мест — 40; площадь — 47кв.м.; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. сплит-система — 1 шт.; специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель); технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран); программное обеспечение: Windows, Office;</p> <p>Помещение №226 ГУК, посадочных мест — 16; площадь — 35,9кв.м.; помещение для самостоятельной работы. технические средства обучения (компьютер персональный — 13 шт.); доступ к сети «Интернет»; доступ в электронную информационно-образовательную среду университета; специализированная мебель (учебная мебель). Программное обеспечение: Windows, Office, специализированное лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, предусмотренное в рабочей программе;</p> <p>Помещение №511 ЭЛ, площадь — 42,3кв.м.; помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p>	
--	--	---	--