

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования  
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»  
Информация о владельце:  
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 05.07.2018 20:14:41  
Уникальный программный ключ:  
672b4df4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79

Протокол № 10 от 26.06.2018

Председатель совета



личная подпись

В.В. Шутенко  
инициалы, фамилия

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый проректор



Е.Г. Калинкевич

«26» июня 2018 г.

канд. пед. наук Гальцева Ирина Анатольевна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

## Рабочая программа дисциплины (модуля)

Связи с общественностью в органах власти

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Государственная и муниципальная служба

(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 3 (з.е.)

Всего учебных часов: 108 (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Зачет	8	9	8

Москва 2018 г.

Год начала подготовки студентов - 2018

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> <li>• формирование знаний об особенностях связей с общественностью в органах власти, PR-технологиях в области государственного и муниципального управления.</li> </ul>
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> <li>• овладение знаниями о системе построения органов власти по обеспечению исполнения полномочий по отношению к связям с общественностью институтов гражданского общества;</li> <li>• овладение знаниями об основах организационно-управленческой деятельности во исполнение полномочий органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в разработке социально ориентированных мер регулирующего воздействия на общественные отношения и процессы социальноэкономического развития;</li> <li>• приобретение практических навыков построения коммуникаций в рамках конкретного механизма управления органов власти в сфере связей с общественностью</li> </ul>

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	Государственная и муниципальная служба Деловое общение Русский язык и культура речи Управление человеческими ресурсами на государственной и муниципальной службе
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	Государственная итоговая аттестация

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Степень сформированности компетенций

Компетенции/зУВ	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания	ФОС
ПК26 владением навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций			
Знать	Основные теоретические положения и ключевые концепции всех разделов дисциплины, информатизацию деятельности соответствующих органов власти и организаций .	Овладеть знаниями основных теоретических положений и ключевых концепций всех разделов дисциплины, информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций.	Тест
Уметь	Организовывать публичные мероприятия, используемые при взаимодействии с различными целевыми аудиториями.	Уметь организовывать публичные мероприятия, используемые при взаимодействии с различными целевыми аудиториями.	Презентация

Владеть	Навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций.	Владеть навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций.	Деловая игра
---------	--	--	--------------

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### Тематический план дисциплины

№	Название темы	Содержание	Литература	Формируемые компетенции
1.	Понятие о связях с общественностью в органах власти. Эволюционные процессы в сфере связей государства с общественностью. Основные этапы развития. Основы работы органов власти с общественностью. Классификация, виды PR.	Понятие о связях с общественностью в органах власти. Эволюционные процессы в сфере связей государства с общественностью. Основные этапы развития. «Эра манипулирования», «Эра информирования», «Эра убеждения», «Эра взаимовлияния». Основы работы органов власти с общественностью. Модели связей с общественностью. Деятельность органов власти по связям с общественностью, функции, направления, принципы, задачи, качества. Классификация, виды PR. Европейские PR – школы.	8.1.1, 8.1.2, 8.2.1, 8.2.2, 8.1.3, 8.2.3	ПК26 Знать ПК26 Уметь

2.	<p>Связи с общественностью органов государственной власти, как неотъемлемая часть института управления Российской Федерации. Пресс-служба и информации Президента РФ. Управление Президента РФ: по общественным связям и коммуникациям по работе с обращениями граждан и организаций; по применению информационных технологий и развитию электронной демократии; по общественным проектам. Связи с общественностью и взаимодействием со СМИ в Государственной Думе России. Общественная палата Российской Федерации.</p>	<p>Государственный PR, GR «Government Relations» отношения с властными структурами. Органы власти в РФ. Основные составляющие механизма связей с общественностью Президента Российской Федерации. Управление пресс-службы и информации Президента РФ. Управление Президента Российской Федерации по общественным связям и коммуникациям. Управление Президента по работе с обращениями граждан и организаций. Управление Президента по общественным проектам. Управление Президента по применению информационных технологий и развитию электронной демократии. Управление Президента по научно-образовательной политике. Связи с общественностью и взаимодействием со СМИ в Государственной Думе России. Общественная палата Российской Федерации. Комиссии ОП Четвертого состава (2012-2015 гг.).</p>	8.1.1, 8.1.2, 8.2.1, 8.2.2, 8.1.3, 8.2.3	ПК26 Знать ПК26 Владеть
3.	<p>Связи с общественностью местного самоуправления: особенности, основные аспекты, специфика, коммуникативные PR-технологии, «подлинные» и «специальные» события.</p>	<p>Структура органов местного самоуправления. Основные принципы муниципальной службы, формы самоуправления. Основные цели и задачи службы по связям с общественностью органов местного самоуправления. Основные аспекты деятельности PR-служб органов местного самоуправления. Признаки специального события. Основным PR-технологии органов местной власти. Создание «подлинных» и «специальных» событий.</p>	8.1.1, 8.1.2, 8.2.1, 8.2.2, 8.1.3, 8.2.3	ПК26 Знать

4.	<p>Место институтов гражданского общества в системе взаимодействия связей с общественностью в органах власти. Теоретические основы гражданского общества. Социальная база гражданского общества для развития связей с общественностью в органах власти. Современные формы посредничества между гражданами и государством. Система «Открытое правительство». «Российская общественная инициатива». РАСО.</p>	<p>Гражданское общество, как глобальный феномен. Основными признаками гражданского общества. Социальная база гражданского общества. Посредники между гражданами и государством. Система «Открытое правительство». Экспертный совет и Правительственные комиссии, функции, задачи. Формы общественного контроля. Федеральный интернет-портал «Российская общественная инициатива». Категории взаимоотношения между органами власти и населением. Альтернативные способы взаимодействия с населением. Российская Ассоциация по связям с общественностью. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью. Основные принципы взаимоотношения образований, предоставляющих услуги в сфере связей с общественностью с клиентами.</p>	8.1.1, 8.1.2, 8.2.1, 8.2.2, 8.1.3, 8.2.3	ПК26 Знать
----	---	---	--	------------

5.	<p>Основные компоненты имиджа органов власти. Структура, особенности имиджа государственных органов власти, основные функции, внешний и внутренний имидж. Формирование имиджа политической партии. Характеристика индивидуального имиджа политического деятеля: назначение, функции, основные составляющие. Основы международного имиджа. «Усредненный» международный имидж политического деятеля. Конструирование имиджа.</p>	<p>Основные компоненты имиджа органов власти. Состав политического имиджа государственной власти. Политические, идеологические, социальные причины деятельности связей с общественностью. Стереотипы. Имидж с позиций психологии и с позиций политологии. Структура, особенности имиджа государственных органов власти, основные функции, внешний и внутренний имидж. Функции имиджа органов власти: адаптивная, когнитивная, коммуникативная, эстетическая, адресная, консервативная, само реализационная, номинативная и идеализации. Внешний и внутренний имидж. Основы международного имиджа. «Усредненный» международный имидж политического деятеля. Имидж политических партий. Характеристика индивидуального имиджа политического деятеля: назначение, функции, основные составляющие. Конструирование и корректировка имиджа органов власти.</p>	8.1.1, 8.1.2, 8.2.1, 8.2.2, 8.1.3, 8.2.3	ПК26 Знать
----	--	---	---	------------

6.	Современные технологии PR-деятельности. Корректирующий, антикризисный PR в государственном PR. Технологии воздействия на общественное сознание. Стратегии защиты общественного сознания.	Технологическая основа PR-деятельности. Этапы PR – деятельности. Условия эффективности PR-технологий. Особенности PR -технологий в работе с информацией. Основополагающими факторами коммуникационной работы органов власти. Социально-коммуникативная технология. Корректирующий, антикризисный PR в государственном PR. Spin doctor. Приемы спиндокторства. Политический спин. Манипулятивные формы воздействия. Формы воздействия современного черного PR. Технология информационно-психологического воздействия на общественное сознание. Манипулирование с истинной информацией. Манипуляции опросами общественного мнения. Манипуляции опросами общественного мнения. «Эффект CNN». Рефлексивное управление. Стратегии защиты общественного сознания от технологий информационно-психологического воздействия. Стратегии продвижения территорий.	8.1.1, 8.1.2, 8.2.1, 8.2.2, 8.1.3, 8.2.3	ПК26 Знать
----	--	--	---	------------

### Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения

№	Контактная работа			Аудиторные учебные занятия									Самостоятельная работа		
				занятия лекционного типа			лабораторные работы			практические занятия					
	очная	очнозаочная	заочная	очная	очнозаочная	заочная	очная	очнозаочная	заочная	очная	очнозаочная	заочная	очная	очнозаочная	заочная
1.	8	6	4	4	2	2	0	0	0	4	4	2	12	12	16
2.	6	6	4	4	2	2	0	0	0	2	4	2	12	12	16
3.	4	6	0	2	2	0	0	0	0	2	4	0	12	12	16
4.	4	6	0	2	2	0	0	0	0	2	4	0	12	10	16
5.	4	6	0	2	2	0	0	0	0	2	4	0	12	10	15
6.	4	6	0	2	2	0	0	0	0	2	4	0	12	10	15
	Промежуточная аттестация														
	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4	4
Итого	32	38	10	16	12	4	0	0	0	14	24	4	76	70	98

### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе освоения дисциплины студенту необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с

методическими материалами, программноинформационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

#### Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе студентов. На лекциях студенты получают самые необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного усвоения учебного материала является умение студентов сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

#### Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, студенту следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется преподавателем в ходе обсуждения ответов студентов.

#### Самостоятельная работа

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих студентов к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитии им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает студент, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине студенту необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

#### Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии студенту следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.



## **6. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины**

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств:

- формирование критериев оценивания компетенций;
- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств программы практики - защита отчета по практике в форме собеседования;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

### **Тест для формирования «Знать» компетенции ПК26**

Вопрос №1.

Чем занимается релайтер?

*Варианты ответов:*

1. Осуществляет комплекс мероприятий, направленных на взаимодействие с общественностью.
2. Проводит исследование рынков с целью изучения общественного мнения.
3. Распространяет информацию с помощью социальных сетей о продуктах компании.

Вопрос №2. Кто является инициатором рекламного процесса?

*Варианты ответов:*

1. Рекламораспространитель.
2. Рекламопроизводитель.
3. Потребитель.
4. Рекламодатель.

Вопрос №3. Протореклама - это:

*Варианты ответов:*

1. Устная информация, содержащая элементы стимулирования, убеждения людей в целесообразности определенных действий.
2. Транспарант или планшет треугольной либо прямоугольной формы, который вывешивали в местах продажи.
3. Широко используемая в рекламе художественная практика, применяющая линию и штрих, а также пятно, светотень, белый или черный фон листа.

Вопрос №4.

Какие основные задачи предприятия решает контекстная реклама в Интернете:

*Варианты ответов:*

1. в области продаж.
2. в области имиджа.
3. в области коммуникаций.

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

*Варианты ответов:*

1. Деном Форрестолом.
2. Томасом Джефферсоном.
3. Джоржем Бушем младшим.
4. Семом Блейком.

Вопрос №6.

PR-это использование информации для влияния на:

*Варианты ответов:*

1. Общественное мнение.

2. Государственные органы власти.
3. Средства массовой информации.
4. Покупателей.

Вопрос №7. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?

*Варианты ответов:*

1. С начала XVIII века.
2. С начала XIX века.
3. С начала XX века.
4. С начала XXI века.

Вопрос №8.

Бегущая строка - это:

*Варианты ответов:*

1. Объявления дикторов с рекламными предложениями.
2. Текстовая строка внизу кадра, движущаяся, как правило, справа налево и передающая информацию.
3. Заставка перед началом или после окончания программы с логотипом фирмы-рекламодателя.

Вопрос №9. Что является главной целью PR?

*Варианты ответов:*

1. Изменение общественного мнения.
2. Повышение уровня продаж.
3. Доведение информации до потребителей.
4. Повышение рейтинга компании.

Вопрос №10. Что является объектом PR?

*Варианты ответов:*

1. Средства массовой информации.
2. Общество.
3. Информация.
4. Комерческие организации.

Вопрос №11. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?

*Варианты ответов:*

1. Религиозные организации.
2. Общество.
3. Органы государственной власти.
4. Бизнес организации.

Вопрос №12. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

*Варианты ответов:*

1. Информация.
2. Законодательные акты.
3. Коммерческие организации.
4. Подручные средства.

Вопрос №13. Логотип – это:

*Варианты ответов:*

1. Оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий (компанию, фирму).
2. Графическая композиция с фирменным названием организации (предприятия, компании).

3. Единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов.

Вопрос №14.

Какие основные задачи предприятия решает PR?

*Варианты ответов:*

1. Позволяет организации продавать свои товары.
2. Повышает имидж организации.
3. Позволяет установить коммуникативную связь с потребителем.

Вопрос №15. Кто из отечественных поэтов работал в организации, которую сегодня можно было бы назвать рекламным агентством?

*Варианты ответов:*

1. Пушкин
2. Маяковский
3. Высоцкий

Вопрос №16. Как называлась стена объявлений в Древней Греции?

*Варианты ответов:*

1. Стенус
2. Амбус
3. Никак не называлась.

Вопрос №17. В каком году был принят федеральный закон «О рекламе»?

*Варианты ответов:*

1. 1917 г.
2. 1991 г.
3. 1995 г.

Вопрос №18.

Основной элемент системы фирменного стиля.

*Варианты ответов:*

1. Слоган.
2. Фирменный знак.
3. Фирменные шрифты.
4. Все составляющие.

Вопрос №19.

Константой рекламной кампании является следующий текстовый элемент объявления:

*Варианты ответов:*

1. Вступительная часть.
2. Слоган.
3. Информационный блок.
4. Заголовок.

Вопрос №20.

Брендинг направлен на:

*Варианты ответов:*

1. Стимулирование продаж.
2. Управление имиджем марки.
3. Поддерживание двусторонней связи с потребителем.

Вопрос №21.

Эвент-маркетинг- это:

*Варианты ответов:*

1. Стимулирование быстрых продаж.
2. Организация событий с рекламными целями.
3. Диалоговые коммуникации с клиентом.

Вопрос №22.

Для информирующей рекламы на радио требуется ролик продолжительностью:

*Варианты ответов:*

1. 5 секунд;
2. 15 секунд;
3. 30 секунд.

Вопрос №23. Какая из перечисленных характеристик не входит в понятие информационной деятельности?

*Варианты ответов:*

1. создание информации
2. размножение информации
3. отмывание информации
4. сохранение информации
5. хранение информации

Какой из видов коммуникации характеризуется неличным общением в присутствии каких-либо посредников?

*Варианты ответов:*

1. межличностная
2. массовая коммуникация
3. групповая коммуникация
4. межгрупповая коммуникация
5. внеличностная

Вопрос №25. PR-материал, содержащий базовую информацию событийного текущего характера, не являющаяся новостью или сенсацией:

*Варианты ответов:*

1. Пресс -релиз.
2. Бэкграундер.
3. Брошюра.

Вопрос №26. Единство постоянных визуальных и текстовых элементов, относящихся к конкретной организации и отличающих ее от конкурентов

*Варианты ответов:*

1. фирменный стиль
2. имидж
3. логотип

Вопрос №27.

*Варианты ответов:*

1. стратегия быстрого финала
2. стратегия большого события
3. крейсерская стратегия
4. стратегия рывка

Вопрос №28. PR-мероприятие для СМИ, в котором участвуют несколько спикеров с различными программными заявлениями в рамках одного информационного повода:

*Варианты ответов:*

1. брифинг
2. пресс-тур
3. пресс-конференция
4. пресс-ланч Вопрос №29.

Важнейший элемент системы корпоративной идентификации

*Варианты ответов:*

1. Логотип.
2. Фирменный бланк.
3. Символика.

Вопрос №30.

Институциональная литература как средство внутренних PR коммуникаций включает в себя:

*Варианты ответов:*

1. Имиджевые брошюры, буклеты и проспекты.
2. Пособия по технике безопасности.
3. Буклеты о социальных гарантиях.

Вопрос №31.

Основным информационным PR-материалом, предназначенным для предоставления СМИ, подготовленным PR-службами предприятия, является:

*Варианты ответов:*

1. Пресс -релиз.
2. Фитче.
3. Информационный лист.
4. Кейс-история.
5. Информационное письмо.

Вопрос №32.

Паблицити размещают, используя следующие средства коммуникации

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. Телевидение.
2. Радио.
3. Прессу.
4. Рекламно - полиграфическую продукцию.
5. Методы директ-маркетинга.

Вопрос №33.

Основоположник современной концепции PR Сэм Блэк охарактеризовал связи с общественностью как искусство и науку достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на:

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. Взаимном интересе.
2. Правде и полной информированности.
3. Коммерческой выгоде.

Вопрос №34.

Какой продолжительности должны быть выступления на презентации?

*Варианты ответов:*

1. 2-3 минуты;

2. 3-5 минут;
3. 10-15 минут Вопрос №35.

Основные преимущества PR в Интернет :

*Варианты ответов:*

1. Информацию можно направить только тем людям, которые интересуются данной тематикой.
2. Оперативность.
3. Географический и демографический таргетинг.
4. Как правило, не предполагает большого бюджета.
5. Все перечисленные.

Вопрос №36.

К задачам пресс-центра не относится:

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. Подготовка и оперативная передача СМИ информационных материалов о текущей деятельности компании.
2. Передача информации по специальным запросам СМИ.
3. Оценка результативности PR публикаций.
4. Организация встреч руководства фирмы с представителями СМИ.
5. Организация спонсорских и благотворительных акций.

Вопрос №37.

Встреча представителей фирмы с журналистами, имеющая формат вопросов и ответов:

*Варианты ответов:*

1. Презентация.
2. Брифинг.
3. Пресс - конференция.
4. Круглый стол.

Вопрос №38.

Определение идеи имиджа организации не должно быть основано на следующем подходе:

*Варианты ответов:*

1. Необходимо учитывать ожидания, менталитет, представления, социально-психологические особенности потребителей.
2. Идея имиджа должна передавать суть компании, ее миссию, ценности, статус, этические приоритеты.
3. Идея имиджа должна отличать фирму от конкурентов.
4. Имидж должен соответствовать действительности.
5. Имидж должен быть проще, чем объект, высвечивать несколько наиболее характерных черт.
6. Идея имиджа должна определяться только на основе мнения руководителя.

Вопрос №39.

Самый простой, экономичный и оперативный вид печатных внутрифирменных PR-коммуникаций:

*Варианты ответов:*

1. доски объявлений
2. вводная литература
3. справочная литература
4. институциональная литература Вопрос №40.

Какие средства PR-коммуникаций относятся к неконтролируемым:

*Варианты ответов:*

1. Полиграфические издания.

2. Паблिसити.
3. Институциональная реклама.

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

### Презентация для формирования «Уметь» компетенции ПК26

1. Основные понятия связей с общественностью.
2. Общая характеристика коммуникаций.
3. История развития ПР.
4. Службы по связям с общественностью.
5. Требования к специалистам по связям с общественностью.
6. Рекламное законодательство.
7. Кодексы рекламы.
8. Правовые аспекты связей с общественностью.
9. Технологии подготовки и виды ПР-кампаний.
10. Технологии связей с общественностью в политике, бизнесе, социальной сфере.
11. Инструменты ПР: текстовые материалы.
12. Видео - и фотоматериалы в работе ПР-службы.
13. Публичные ПР-выступления.
14. Виды и принципы организации специальных ПР-мероприятий.
15. Этапы подготовки и проведения ПР-кампании и ПР-акций.
16. Формирование корпоративной культуры.
17. Составляющие имиджа организации.
18. Понятие бренда.
19. Технология формирования бренда.

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	В презентации не раскрыто содержание представляемой темы; имеются фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки. Не представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем не соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Удовлетворительно	Презентация включает менее 8 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, нечетко определена структура презентации, имеются содержательные, орфографические и стилистические ошибки (более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении

Хорошо	Презентация включает менее 12 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, имеются незначительные содержательные, орфографические и стилистические ошибки (не более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Отлично	Презентация включает не менее 12 слайдов основной части. В презентации полностью и глубоко раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки, представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении

### **Деловая игра для формирования «Владеть» компетенции ПК26**

Предварительная подготовка к деловой беседе – поручение задания

1. Придумайте и сформулируйте в виде управленческого решения задание, а также условия, необходимые для его реализации.
2. Поставьте перед собой цели предстоящего разговора.
3. Заранее составьте план беседы, продумайте время, место и организационные условия ее проведения.
4. Продумайте начало беседы, ввод собеседника в разговор, условия создания атмосферы полного доверия.
5. Подготовьте вопросы к подчиненному, выяснение которых поможет достичь поставленной цели.

Примечание: для выполнения этого задания исполняющему роль руководителя отводится 10 минут.

Ход: пригласите к себе подчиненного и объявите ему причину вызова.

Объясните смысл работы, которую необходимо выполнить подчиненному, и спросите его, сможет ли он справиться с ней.

Ответьте на все вопросы подчиненного относительно предстоящей работы; если необходимо, покажите ему, как он это может сделать.

Объясните требования в отношении сроков выполнения данной работы и информирования вас о ходе ее выполнения.

Попросите подчиненного повторить задание или спросите, с чего он собирается начать.

Проявите доверие к способностям подчиненного, используйте прием «авансированная похвала».

Используйте коммуникативные приемы с учетом психотипа подчиненного. В случае отказа подчиненного от выполнения задания выясните причины отказа, попытайтесь их устранить, мотивируйте специалиста с учетом его личных ожиданий, доведите беседу до конца.

Завершите беседу конкретным решением и действиями.

### **Критерии оценки выполнения задания**

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал затруднения в понимании сути поставленной проблемы, отсутствие необходимых знаний и умений для решения проблемы, низкий уровень познавательной активности, затруднения в построении самостоятельных высказываний, в соотношении теоретических положений с практикой; обучающийся практически не принимал участия в деловой игре



Удовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки обоснования путей решения проблемы без достаточного привлечения дополнительных источников, затруднения в логическом обосновании своих суждений при решении проблемы и оперировании специальными понятиями и терминами, в соотнесении теоретических положений с практикой, пассивное участие в деловой игре
Хорошо	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно обосновывать свои суждения при решении проблемы, но с незначительными неточностями или ошибками в излагаемом содержании; умение соотносить теоретические положения с практикой
Отлично	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно, используя специальные термины и понятия, обосновывать свои суждения при решении проблемы, умение соотносить теоретические положения с практикой; активное участие в деловой игре

### **Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

*Тема 1. Понятие о связях с общественностью в органах власти. Эволюционные процессы в сфере связей государства с общественностью. Основные этапы развития. Основы работы органов власти с общественностью. Классификация, виды PR.*

1. Деятельность органов власти по связям с общественностью, функции, направления, принципы, задачи, качества.
2. Классификация, виды PR.
3. Европейские PR – школы.

*Тема 2. Связи с общественностью органов государственной власти, как неотъемлемая часть института управления Российской Федерации. Пресс-служба и информации Президента РФ. Управления Президента РФ: по общественным связям и коммуникациям по работе с обращениями граждан и организаций; по применению информационных технологий и развитию электронной демократии; по общественным проектам. Связи с общественностью и взаимодействию со СМИ в Государственной Думе России. Общественная палата Российской Федерации.*

4. Управление Президента по работе с обращениями граждан и организаций.
5. Управление Президента по общественным проектам.
6. Управление Президента по применению информационных технологий и развитию электронной демократии.

*Тема 3. Связи с общественностью местного самоуправления: особенности, основные аспекты, специфика, коммуникативные PR-технологии, «подлинные» и «специальные» события.*

7. Признаки специального события.
8. Основным PR-технологии органов местной власти.
9. Создание «подлинных» и «специальных» событий.

*Тема 4. Место институтов гражданского общества в системе взаимодействия связей с общественностью в органах власти. Теоретические основы гражданского общества. Социальная база гражданского общества для развития связей с общественностью в органах власти. Современные формы посредничества между гражданами и государством. Система «Открытое правительство». «Российская общественная инициатива». РАСО.*

10. Российская Ассоциация по связям с общественностью.

11. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей общественностью.

12. Основные принципы взаимоотношения образований, предоставляющих услуги в сфере связей общественностью с клиентами.

*Тема 5. Основные компоненты имиджа органов власти. Структура, особенности имиджа государственных органов власти, основные функции, внешний и внутренний имидж. Формирование имиджа политической партии. Характеристика индивидуального имиджа политического деятеля: назначение, функции, основные составляющие. Основы международного имиджа. «Усредненный» международный имидж политического деятеля. Конструирование имиджа.*

13. Функции имиджа органов власти: адаптивная, когнитивная, коммуникативная, эстетическая, адресная, консервативная, само реализационная, номинативная и идеализации.

14. Внешний и внутренний имидж.

15. Основы международного имиджа. «Усредненный» международный имидж политического деятеля.

16. Имидж политических партий.

*Тема 6. Современные технологии PR-деятельности. Корректиру-ющий, антикризисный PR в государственном PR. Технологии воздей-ствия на общественное сознание. Стратегии защиты общественного со-знания.*

17. Манипуляции опросами общественного мнения.

18. Рефлексивное управление.

19. Стратегии защиты общественного сознания от технологий информационно-психологического воздействия.

20. Стратегии продвижения территорий.

#### **Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины**

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/Незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

## 7. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное программноинформационное обеспечение	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Microsoft Windows</li> <li>2. Microsoft Office</li> <li>3. Google Chrome</li> <li>4. Kaspersky Endpoint Security</li> <li>5. «Антиплагиат.ВУЗ»</li> </ol>
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Консультант+</li> <li>2. <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа)</li> <li>2. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа)</li> <li>3. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа)</li> <li>4. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a> - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"</li> <li>2. <a href="https://openedu.ru">https://openedu.ru</a> - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>
Материально-техническое обеспечение	<p><b>Лекции:</b>  <b>3.4</b> Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации  <b>20</b> посадочных места,  Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:  - комплекты учебной мебели,  - демонстрационное оборудование – проектор и компьютер  - учебно-наглядные пособия</p> <p>Список ПО на ноутбуках:  Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year),  Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018),  Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020).  Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)</p> <hr/> <p><b>Практические занятия (Семинары):</b>  <b>2.4</b> Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,  <b>32</b> посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:  - комплекты учебной мебели,</p>

- демонстрационное оборудование – проектор и компьютеры,
- класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МФЮА

Список ПО на ноутбуках:

Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year),

Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018),

Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),

Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020).

Информационно-справочная система «Консультант – плюс» (Договор об информационной поддержке от 27 декабря 2013 года)

Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)

### **Групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль:**

**2.6** Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

**26** посадочных мест,

Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- комплекты учебной мебели,
- демонстрационное оборудование – проектор и компьютеры,
- класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МФЮА

Список ПО на ноутбуках:

Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year),

Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018),

Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),

Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020).

Информационно-справочная система «Консультант – плюс» (Договор об информационной поддержке от 27 декабря 2013 года)

Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)

### **Промежуточная аттестация:**

**3.4** Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

**20** посадочных места,

Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- комплекты учебной мебели,
- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер
- учебно-наглядные пособия

Список ПО на ноутбуках:

Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year),

Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018),

Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),

Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node

2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020).  
 Информационно-справочная система «Консультант – плюс» (Договор об  
 информационный поддержке от 27 декабря 2013 года)  
 Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)

## 8. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8.1 Основная литература								
8.1.1	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике	Дашков и К	2014	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/5247.html">http://www.iprbookshop.ru/5247.html</a>	по логину и паролю
8.1.2	сост. Моттаева А.Б.	Основы государственного и муниципального управления	Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ	2017	Учебно-методическое пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/72603.html">http://www.iprbookshop.ru/72603.html</a>	по логину и паролю
8.1.3	Кузнецова Е.В.	Связи с общественностью	Вузовское образование	2017	учебно-методическое пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/61081.html">http://www.iprbookshop.ru/61081.html</a>	по логину и паролю
8.2 Дополнительная литература								
8.2.1	Чумиков А.Н.	Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание)	Аспект Пресс	2016	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/57080.html">http://www.iprbookshop.ru/57080.html</a>	по логину и паролю
8.2.2	Протасова О.Л., Бикбаева Э.В., Наумова М.Д.	Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества	Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2015	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/64567.html">http://www.iprbookshop.ru/64567.html</a>	по логину и паролю
8.2.3	Аксенова О.Н., Меликян С.В., Швецов Е.В.	Теория и практика массовой информации	Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ	2017	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/72947.html">http://www.iprbookshop.ru/72947.html</a>	по логину и паролю

## 9. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их

пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);

- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);

- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;

- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;

- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;

- педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;

- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;

- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.