

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 31.08.2026 14:03:25
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.08 Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и
общественных организаций**

(краткое наименование дисциплины (модуля) (при наличии))

38.04.02 «Менеджмент»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

**Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с
общественностью (наименование образовательной программы)**

(наименование образовательной программы)

Очная/заочная
(форма обучения)

2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)–составитель(и):

Навроцкая Татьяна Геннадьевна, к. э. н, доцент кафедры менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС, г. Санкт-Петербург

Козловский Алексей Валерьевич, ст. преподаватель кафедры менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС, г. Санкт-Петербург

Заведующий кафедрой:

Лабудин Александр Васильевич, заведующий кафедрой менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС, г. Санкт-Петербург, д.э.н., профессор

Рабочая программа дисциплины Б1.В.08 Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и общественных организаций

одобрена на заседании кафедры менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС.

Протокол №7 от 08 апреля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели, критерии, шкалы оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся
6. Формы промежуточной аттестации по дисциплине, типы оценочных материалов, показатели, критерии, шкалы оценивания
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.08 «Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и общественных организаций» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компе тенци и	Наименова ние компетенци и	Код индикат ора достиже ния компете нций	Наименова ние индикатора достижения компетенци й	Образовательный результат
Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 19.02.2019. № 95н. 08.010 «Внутренний аудитор», утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 24.06.2015г. № 398н.	ПКС-1	Способен организовать проведение переговоров с заказчиком и предоставить консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКС-1.2	Владеет методологическими основами организации и проведения консалтинга	ПКС-1.2 3-2 Знает основы маркетинга ПКС-1.2 3-6 Знает методы проведения деловых переговоров ПКС-1.2 У-3 Умеет разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию

К/05.7 Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПКс 4	Способен организовать систему контроля реализации стратегии продвижения и мониторинга репутационных показателей компании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс 4.3	Умеет разработать программу консалтинга в интересах органов государственной власти или общественно-й организации	ПКс-4.3 3-6 Знает принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) ПКс-4.3 3-7 Знает систему инструментов интернет-маркетинга ПКс-4.3 У-4 Умеет контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
--	-------	---	---------	--	---

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетную единицу 144 академических/108 астрономических часов.

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету/профилю предоставляется студенту в деканате.

Теоретические занятия (лекции) проводятся по потокам.

Очная форма

Общий объем лекционного курса составляет 8 академических часа. Практические занятия организуются по группам в виде семинаров в диалоговом режиме. Общий объем практических занятий 20 академических часов.

Программой предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 87 академических часа. В рамках самостоятельной работы студенты изучают теоретический материал в целях подготовки к дискуссии, выполняют практико-ориентированные задания, тесты.

Заочная форма

Общий объем лекционного курса составляет 6 академических часа. Практические занятия организуются по группам в виде семинаров в диалоговом режиме. Общий объем практических занятий 6 академических часа.

Программой предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 121 академических часа. В рамках самостоятельной работы студенты изучают теоретический материал в целях подготовки к дискуссии, выполняют практико-ориентированные задания, тесты.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.08 Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и общественных организаций (3 семестр) входит в вариативную часть дисциплин направления подготовки. Дисциплина параллельно с курсом Б1.В.08 «Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и общественных организаций» формирует теоретический и методологический фундамент для овладения техниками консалтинговой деятельности.

Для успешного изучения дисциплины необходимы знания по основам проектной деятельности и техникам управления репутациями, а также навыки практической деятельности в отделах рекламы и связей с общественностью.

Курс Б1.В.08 Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и общественных организаций» направлен на овладение навыками эффективного управления рекламными и пиар-коллективами, формирования компетенций управления различными формами консалтинга в системе государственной власти и общественных организаций.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.

	Мифотворческая функция СМИ														
Тема 4	Консалтинг органов государственной власти и общественных организаций по вопросам коммуникации	30	2			6								22	
Промежуточная аттестация		29							2	9			18		Экзамен
Итого		144	8			20			2	9			18	87	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед Зачетом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к Зачету.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям

Т – тестирование,

УО- устный опрос

ПОЗ – практико-ориентированные задания

	органов государственной власти и общественных организаций по вопросам коммуникации														
Промежуточная аттестация								2							Экзамен
Итого		144	6			6		2		9			121		

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед Зачетом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к Зачету.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

УО- устный опрос, Т – тестирование

ПОЗ – практико-ориентированные задания

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Коммуникации в системе государственной власти и общественных организаций. Введение в предмет курса.

Понятие коммуникации. Основные элементы процесса коммуникации. Функции коммуникации: информационная, социальная, экспрессивная, прагматическая, интерпретативная. Типы коммуникации: массовая, внутриорганизационная, внешняя, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная. Способы установления и поддержания контакта в системе государственной власти: непосредственные (прямые), опосредованные (дистанционные). Формы коммуникации: диалог, дискуссия, беседа, переговоры, пресс-конференция, брифинг, презентация, прием по личным вопросам. Понятие информации. Информация и ее производство, мультипликация, распространение, восприятие, оценка, использование. Характеристики государственной информации: достоверность, полнота, точность, секретность, степень доверия

Тема 2. Характеристика государственной коммуникации. Роль СМИ

Коммуникации внутри государства и за его пределами. Субъекты международных коммуникаций. Три способа политической коммуникации: через неформальные контакты, общественно-политические организации, через СМИ. Типы сообщений: побудительные (приказ, указ, распоряжение), информационные (передача сведений), фактические (установление контакта). Информационный обмен между государственными и общественными структурами. Каналы коммуникации государства и народа. Коммуникативные способы влияния общества на государственные структуры и на принятие решений. Многообразие идеологий, ценностей, символов, норм в содержании государственной коммуникации. Внутренние коммуникации в государственной власти. Средства, каналы и цели внутренней коммуникации в органах власти. Информационная политика государства. Понятие эффективности государственной коммуникации. Обратная связь. Барьеры государственной коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности государственной коммуникации.

Основные виды и функции СМИ. Деловая и политическая пресса. Желтая пресса. Использование жанров публицистики в организации коммуникативного процесса. Государственные и коммерческие СМИ. Мониторинг средств массовой коммуникации и информации. Работа пресс-службы со СМИ. Организация взаимодействия со СМИ. Нормативно-правовая регуляция деятельности СМИ. Закон о СМИ. Закон о государственной тайне. ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в

государственных СМИ»

Тема 3. Манипулятивные воздействия масс-медиа на общество

Мифотворческая функция СМИ Гуманитарные технологии управления массовым сознанием (общественным мнением). Манипуляция через идентификацию, замещение, интерпретацию, воспоминания. Языковое манипулирование. Целенаправленное преобразование информации, контекст. Эмоции, социальные установки, картина мира, явные и скрытые сравнения. Психические процессы и манипуляция. Психология влияния Р. Чалдини. Использование жизненных ценностей и стереотипов в манипулировании. Управление толпой. Г. Лебон о психологии масс. С. Московичи, «Век толп». Х. Ортега-и-Гассет, «Восстание масс». Методы управления толпой. Использование характеристик толпы блогерами. Понятие мифа, его функции. Создание политических мифов. Особенности мифологического сознания. Психологические аспекты влияния СМИ на массовое сознание. Влияние СМИ на массы с точки зрения психоанализа. Исследования бихевиористов в области влияния СМИ. Организация восприятия информации в гештальтпсихологии.

Тема 4. Консалтинг органов государственной власти и общественных организаций по вопросам коммуникации

Понятие и функции политического консалтинга. Основные технологии политического консалтинга. Виды политического консультирования. Проблемы и перспективы политического консалтинга в России Психология общения с журналистами. Особенности личности журналиста. Методы экспресс-диагностики психологических особенностей журналистов. Приемы выстраивания конструктивных отношений с журналистами. Технологии влияния на журналистов.

Конфликты с журналистами: причины, профилактика и способы разрешения. Подготовка первого лица для общения с журналистами. Тренинг коммуникативных навыков. Управление эмоциями. Разработка инструкций для общения с журналистами. Работа с первыми лицами государства и политическими лидерами. Особенности личности политика. Психологический портрет политика: биографические характеристики, способности, личностные черты, качества. Противоречия в имидже политика. Формирование имиджа первого лица. Имидж современного государственного деятеля: внешние данные, поведенческий и коммуникативный аспекты.

Личностные качества российского чиновника. Продвижение имиджа политика. Отличия имиджа для различных аудиторий. Создание имиджа в период избирательной кампании. Диагностика и оценка имиджа. Спичрайтинг. Технологии написания текстов устного выступления. Этапы написания. Сбор материалов. Изучение целевой аудитории. Подготовка государственного деятеля к выступлению

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.08 «Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и общественных организаций» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания в виде тестовых заданий, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

Типы заданий	Инструкция	Сценарий выполнения	Критерий оценивания
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква

предложенных		3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например,	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

		БВА или 135).	
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed

85-94	Хорошо		B	P/ Passed
75-84			C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины дисциплине Б1.В.08 «Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и общественных организаций» используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

УО – устный опрос, Т – тестирование, ПОЗ – практико-ориентированные задания

Тема 1. Коммуникации в системе государственной власти и общественных организаций. Введение в предмет курса

Вопросы для устного опроса

1. Дайте полную характеристику процесса коммуникации – понятие, структура, функции.
2. Назовите типы коммуникации. Опишите их особенности.
3. Расскажите какие есть способы установления и поддержания контакта.
4. Дайте определение информации.
5. Опишите какими характеристиками обладает государственная информация.

Тестовые задания

1. Какой канал коммуникации чаще всего используют государственные органы для официального информирования общественности?

- а) Личные сообщения в мессенджерах
- б) Официальные веб-сайты и порталы госорганов (например, портал «Госуслуги»)
- в) Частные Telegram-каналы анонимных авторов
- г) Блоги и личные страницы чиновников в соцсетях

2. Какова основная цель взаимодействия государственных органов с общественными организациями?

- а) Полное подчинение общественных организаций государственным структурам
- б) Обеспечение учёта интересов граждан и общественного контроля, совместное решение социальных задач
- в) Передача государственных полномочий общественным организациям
- г) Сокращение расходов на социальные программы

3. Какой инструмент наиболее эффективен для сбора обратной связи от граждан в рамках государственной коммуникации?

- а) Закрытые совещания чиновников без участия общественности
- б) Онлайн-опросы и платформы общественного обсуждения (например, «Российская общественная инициатива»)
- в) Публикация отчётов без возможности комментирования
- г) Внутренние корпоративные рассылки госорганов

4. Что является ключевым принципом коммуникации между государственными органами и общественными организациями?

- а) Конфиденциальность всех решений без раскрытия информации
- б) Прозрачность, открытость и доступность информации для общественности
- в) Иерархичность с полным доминированием госорганов
- г) Исключительно формальное взаимодействие без реального обмена мнениями

5. Какую функцию выполняют общественные организации в системе государственной коммуникации?

- а) Исключительно финансовую — сбор средств для госорганов
- б) Посредническую — представляют интересы граждан, транслируют их запросы к власти и обеспечивают обратную связь
- в) Контролирующую — осуществляют надзор за деятельностью коммерческих компаний
- г) Техническую — обеспечивают IT-поддержку госорганам

Практико-ориентированные задания

1. Создание обучающего курса по коммуникациям для сотрудников госорганов

Задание:

Разработайте обучающий курс для сотрудников государственного органа по эффективным методам коммуникации с общественностью.

Инструкции:

Определите ключевые темы курса (например, работа с прессой, коммуникации в кризисных ситуациях, использование социальных сетей).

Разработайте структуру курса и содержание для каждой темы.

Подготовьте примеры практических заданий для участников курса (например, написание пресс-релиза, проведение пресс-конференции).

Оцените, как курс поможет улучшить коммуникацию госоргана с гражданами.

2. Кризисное управление коммуникациями для госоргана

Задание:

Представьте, что в одном из государственных органов возник кризисный случай (например, утечка конфиденциальной информации или скандал, связанный с коррупцией). Ваша задача — разработать кризисный план коммуникаций.

Инструкции:

Оцените потенциальные риски и последствия для репутации государственного органа.

Разработайте ключевые сообщения, которые должны быть озвучены в ходе кризисного ответа.

Определите, какие каналы коммуникации (социальные сети, пресс-служба, СМИ) должны быть использованы для минимизации ущерба.

Подготовьте пример пресс-релиза или публичного заявления для прессы, учитывая принципы транспарентности и честности.

Тема 2 «Характеристика государственной коммуникации. Роль СМИ»:

Вопросы для устного опроса

1. Назовите какие каналы использует государство для информационного взаимодействия. Как повысить эффективность государственной коммуникации?
2. Дайте определение информационной политики государства.
3. Привести примеры теорий массовых коммуникаций? В чем их суть? Обсудите почему СМИ называют четвертой властью?
4. проанализируйте и выскажите предположения, как пресс-служба воздействует на общество через СМИ?
5. Дайте описание способов регулируется деятельность СМИ?

Тестовые задания

1. Какой из перечисленных признаков наиболее характерен для государственной коммуникации?

- а) Ориентация исключительно на коммерческие цели
- б) Однонаправленность информации без возможности обратной связи
- в) Обеспечение взаимодействия между властью и обществом, включая механизмы обратной связи
- г) Фокус на продвижении частных брендов

2. Какую ключевую роль выполняют СМИ в системе государственной коммуникации?

- а) Служат исключительно источником развлекательного контента
- б) Выступают каналом передачи информации от государственных институтов к гражданам и платформой для общественного диалога
- в) Занимаются исключительно коммерческой рекламой
- г) Контролируют внутренние процессы в госорганах без участия общества

3. Что является основной целью использования социальных сетей государственными органами в рамках коммуникации с обществом?

- а) Продвижение личных аккаунтов чиновников
- б) Оперативное информирование граждан, сбор обратной связи и повышение прозрачности работы госорганов
- в) Размещение рекламы коммерческих организаций
- г) Ограничение доступа граждан к официальной информации

4. Какой принцип государственной коммуникации обеспечивает доступность и понятность информации для граждан?

- а) Принцип секретности
- б) Принцип централизации
- в) Принцип прозрачности
- г) Принцип монополизации

5. Какая функция СМИ особенно важна для обеспечения демократических процессов в контексте государственной коммуникации?

- а) Рекреативная (развлекательная)
- б) Информационно-контрольная: освещение деятельности власти, анализ решений и информирование общества
- в) Коммерческая (привлечение рекламодателей)
- г) Технологическая (обеспечение работы коммуникационных платформ)

Практико-ориентированные задания

1. Планирование медиа-кампании для госучреждения

Задание:

Вашей задачей является разработка медиа-кампании для государственного органа, направленной на продвижение новой программы или инициативы, например, по улучшению качества здравоохранения или образованию.

Инструкции:

Определите цель медиа-кампании (например, повышение информированности о новой программе, стимулирование общественного участия).

Выберите целевую аудиторию и определите ключевые сообщения.

Разработайте перечень медиа-каналов, через которые будет осуществляться коммуникация (телевидение, радио, пресс-службы, соцсети).

Предложите примеры контента (видеоролики, статьи, инфографики) для различных медиа-каналов.

2. Анализ коммуникационной стратегии государственного органа

Задание:

Выберите один из государственных органов (например, министерство здравоохранения, образования или экологии) и проведите анализ текущей коммуникационной стратегии этого органа. Оцените эффективность выбранных каналов коммуникации, а также подходы к взаимодействию с общественностью.

Инструкции:

Проанализируйте доступные материалы (официальные сайты, пресс-релизы, соцсети).

Оцените, насколько эффективно используются цифровые платформы для взаимодействия с гражданами.

Предложите рекомендации по улучшению коммуникации с общественностью (например, улучшение доступности информации, повышение прозрачности).

Приведите примеры успешных и неудачных коммуникационных кейсов, связанных с этим органом.

Тема 3 «Манипулятивные воздействия масс-медиа на общество»

Вопросы для устного опроса

1. Мифотворческая функция СМИ Гуманитарные технологии управления массовым сознанием (общественным мнением).
2. Психические процессы и манипуляция.
3. Методы управления толпой. Использование характеристик толпы блогерами.
4. Понятие мифа, его функции. Психологические аспекты влияния СМИ на массовое сознание.
5. Влияние СМИ на массы с точки зрения психоанализа. Исследования бихевиористов в области влияния СМИ.

Тестовые задания

1. Какой приём манипулятивного воздействия предполагает акцент на отдельных фактах при полном игнорировании других, противоречащих основной идее?

- а) Сенсационность
- б) Селективное представление информации (выборочная подача)
- в) Эмоциональное заражение
- г) Повторение

2. Как называется манипулятивный приём, при котором информация подаётся таким образом, чтобы вызвать у аудитории сильные эмоции (страх, гнев, восторг), минуя рациональный анализ?

- а) Апелляция к авторитету
- б) Логическая аргументация
- в) Воздействие на эмоции
- г) Фактологическая точность

3. Какой из приёмов часто используют масс-медиа для формирования определённого отношения к событию или персоне через многократное повторение одного и того же сообщения?

- а) Эффект первичности
- б) Эффект ореола
- в) Эффект повторения (навязчивое повторение)
- г) Эффект присутствия

4. Что означает термин «информационный шум» в контексте манипулятивного воздействия масс-медиа?

- а) Высокое качество и достоверность передаваемой информации
- б) Избыток разнородной, часто неструктурированной информации, затрудняющий восприятие сути
- в) Полное отсутствие новостей на определённую тему
- г) Чёткая и лаконичная подача фактов без лишних деталей

5. Какой манипулятивный приём заключается в приписывании определённым группам или лицам негативных характеристик через постоянное связывание их с негативными событиями или понятиями?

- а) Создание «врага» или «козла отпущения»
- б) Апелляция к большинству
- в) Использование эвфемизмов
- г) Игра с масштабами

Практико-ориентированные задания

1. Разработка PR-стратегии для общественной организации

Задание:

Ваша задача — разработать PR-стратегию для некоммерческой организации, работающей в области защиты прав человека или охраны окружающей среды. Важно сосредоточиться на выстраивании доверительных отношений с различными группами населения.

Инструкции:

Определите цель PR-кампании (например, повышение осведомленности о проблеме, привлечение волонтеров или сбор средств).

Сегментируйте целевую аудиторию и определите ключевые каналы для коммуникации (например, социальные сети, публичные мероприятия, пресс-конференции).

Разработайте ключевые сообщения, которые организация должна донести до аудитории.

Подготовьте пример пресс-релиза или рекламного материала, который мог бы быть использован в рамках кампании.

2. Разработка информационной кампании для общественной организации по социальной проблеме

Задание:

Ваша задача — разработать информационную кампанию для НКО, работающей с проблемой бездомности. Кампания должна быть направлена на повышение осведомленности о проблеме и на привлечение общественного внимания.

Инструкции:

Определите основные цели кампании (например, привлечение волонтеров, сбор средств, повышение осведомленности).

Выберите целевую аудиторию и определите ключевые сообщения.

Разработайте план кампании с описанием каналов коммуникации (например, видеоролики, социальные сети, уличные акции).

Предложите, как можно оценить эффективность кампании и влияние на общественное мнение.

Тема 4. Консалтинг органов государственной власти и общественных организаций по вопросам коммуникации.

Вопросы для устного опроса

1. Какова основная цель коммуникационного консалтинга для госорганов?
2. Какой инструмент чаще всего используют консультанты для анализа текущего имиджа госоргана или общественной организации?
3. Что такое коммуникационная стратегия в контексте консалтинга госорганов?
4. Назовите один ключевой показатель (KPI), по которому оценивают эффективность коммуникационного консалтинга в госорганах.
5. Что включает этап аудита коммуникаций при консалтинге госоргана?

Тестовые задания

1. Какова основная задача коммуникационного консалтинга для органов государственной власти?

- а) Оптимизация налоговых отчислений
- б) Повышение эффективности взаимодействия госоргана с гражданами и СМИ, улучшение имиджа и прозрачности деятельности
- в) Реорганизация штатной структуры госоргана
- г) Автоматизация производственных процессов

2. Какой инструмент чаще всего используют консультанты при анализе коммуникационной среды госоргана или общественной организации?

- а) SWOT-анализ
- б) ABC-анализ
- в) XYZ-анализ
- г) Матрица БКГ (BCG)

3. Что является ключевым результатом работы консультанта по коммуникациям для общественной организации?

- а) Увеличение прибыли организации

- б) Разработка и внедрение коммуникационной стратегии, повышающей узнаваемость и доверие к организации
- в) Сокращение штата сотрудников
- г) Покупка нового офисного оборудования

4. Какую роль играют социальные сети в рекомендациях коммуникационных консультантов для госорганов?

- а) Используются исключительно для размещения развлекательного контента
- б) Служат дополнительным каналом оперативного информирования граждан, сбора обратной связи и повышения прозрачности работы госорганов
- в) Не используются вообще, так как не считаются надёжным источником информации
- г) Применяются только для внутренней коммуникации между сотрудниками госоргана

5. Какой этап обычно идёт первым в процессе коммуникационного консалтинга госоргана?

- а) Запуск рекламной кампании
- б) Проведение аудита текущих коммуникаций (анализ СМИ, соцсетей, обратной связи от граждан)
- в) Назначение ответственных за PR
- г) Разработка логотипа и фирменного стиля

Практико-ориентированные задания

1. Проведение интервью с общественностью для анализа восприятия государственной политики

Задание:

Представьте, что вы проводите исследование для государственного органа, направленное на анализ восприятия населения новой государственной инициативы (например, повышение налогов, пенсионная реформа). Ваша задача — подготовить план для проведения интервью с общественностью.

Инструкции:

Определите цель исследования и вопросы, которые вы хотите задать респондентам.

Подготовьте анкету для интервью или фокус-групп.

Опишите процесс сбора данных (например, выбор целевой аудитории, методы проведения интервью).

Проанализируйте, как полученные данные могут быть использованы для улучшения коммуникации с общественностью.

2. Оценка эффективности работы пресс-службы госоргана

Задание:

Вы получили задание оценить эффективность работы пресс-службы одного из государственных органов (например, министерства или местной администрации). Ваша задача — провести анализ работы пресс-службы и предложить улучшения.

Инструкции:

Проанализируйте работу пресс-службы: как часто публикуются пресс-релизы, насколько они актуальны и как воспринимаются СМИ.

Оцените прозрачность и доступность информации для граждан.

Проведите анализ взаимодействия с журналистами и публичными фигурами.

Предложите конкретные шаги по улучшению работы пресс-службы, включая изменения в коммуникационной стратегии и работу с социальными сетями.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

приведены в п.6.2.

5.3 Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ).

Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ - 1	100	0,3	30
КТ - 2	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4.Оценочные материалы промежуточной аттестации

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

Тема 1, 2, 3, 4

КТ – 1.

- *Тестирование.*

КТ – 2

- *Практико-ориентированное задание*

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания тестирования:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Количество правильных ответов	0	Количество правильных ответов менее 55%
	25	Количество правильных ответов от 55% до 64%
	50	Количество правильных ответов от 65% до 74%
	75	Количество правильных ответов от 75% до

		84%
	100	Количество правильных ответов от 85% до 100%
Итого максимально:	100	

• Критерии оценивания практико-ориентированное задание:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и правильность выполнения задания	41-70	Детальное, последовательное полное решение задания
	21-40	Поверхностное и неполное решение задания
	0-20	Мильное и не вполне верное решение задания
Количество выполненных пунктов задания	30	Количество выполненных заданий от 85% до 100%
	15	Количество выполненных заданий от 55% до 84%
	0	Количество выполненных заданий менее 55%
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения практических заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена

Зачет может проводиться в устной, письменной форме. Обучающийся получает один вопрос. На подготовку ответа дается 20 минут. По завершении подготовки необходимо представить ответ в устной или письменной форме.

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы: устно в ДОТ - в форме обоснованных ответов на задания различного типа; письменно в СДО - в форме письменного решения заданий различного типа; тестирование в СДО.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Вопросы для подготовки к экзамену.

1. Понятие и основные элементы процесса коммуникации.
2. Функции коммуникации.

3. Типы и формы коммуникации.
4. Понятие информации.
5. Три способа политической коммуникации.
6. Каналы коммуникации государства и народа.
7. Внутренние коммуникации в государственной власти.
8. Информационная политика государства.
9. Понятие эффективности государственной коммуникации.
10. Теория двуступенчатой коммуникации Лазарсфельда.
11. Теория социального научения Алберта Бандуры.
12. Теория культивирования Георга Гербнера.
13. Теория социализации Мейеровица - Поустмена.
14. Теория использования и удовлетворения Блумера - Кац.
15. Факторы влияния СМИ на общественность. Основные виды и функции СМИ.
16. Мониторинг средств массовой коммуникации и информации.
17. Работа пресс-службы со СМИ.
18. Нормативно-правовая регуляция деятельности СМИ.
19. Понятие и тактики репрезентации.
20. Организация процесса электоральной коммуникации.
21. Спиндокторинг: поводы, технологии, этапы.
22. Использование Интернет-ресурсов в государственных коммуникациях.
23. Гуманитарные технологии управления массовым сознанием.
24. Методы управления толпой.
25. Понятие мифа, его функции, особенности.
26. Психологические аспекты влияния СМИ на массовое сознание.
27. Понятие, функции и технологии политического консалтинга.
28. Технологии влияния на журналистов.
29. Подготовка первого лица для общения с журналистами.
30. Формирование и продвижение имиджа политического лидера.
31. Диагностика и оценка имиджа политика.
32. Технологии спичрайтинга.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации в виде тестирования:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ										
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Какую ключевую задачу решает коммуникационный консалтинг для органов государственной власти? а) Оптимизация бюджетных расходов на хозяйственные нужды б) Повышение прозрачности деятельности госорганов и эффективности взаимодействия с гражданами и СМИ в) Разработка новых законодательных инициатив г) Автоматизация внутренних кадровых процессов										
		Какой из перечисленных этапов является начальным в процессе коммуникационного консалтинга для общественной организации? а) Запуск информационной кампании в СМИ и социальных сетях б) Разработка креативных материалов (баннеров, видеороликов, постов) в) Аудит текущей коммуникационной деятельности: анализ присутствия в медиа, тональности упоминаний, обратной связи от аудитории г) Оценка эффективности завершённой коммуникационной кампании										
Задание закрытого типа на установление соответствия	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа	Соотнесите этапы коммуникационного консалтинга с их содержанием.										
		<table><tr><td>Этапы</td><td>Содержание этапа</td></tr><tr><td>1. Аудит коммуникаций</td><td>А. Разработка плана действий: определение каналов коммуникации, ключевых сообщений, целевых аудиторий, сроков и KPI</td></tr><tr><td>2. Постановка целей и задач</td><td>Б. Оценка результатов проведённых мероприятий: анализ охвата, вовлечённости, тональности упоминаний, достижение KPI</td></tr><tr><td>3. Разработка стратегии</td><td>В. Анализ текущего состояния коммуникаций: изучение медиаполя, соцсетей, обратной связи от граждан, выявление сильных и слабых сторон</td></tr><tr><td>4. Реализация коммуникацион</td><td>Г. Формулировка конкретных, измеримых целей (например,</td></tr></table>	Этапы	Содержание этапа	1. Аудит коммуникаций	А. Разработка плана действий: определение каналов коммуникации, ключевых сообщений, целевых аудиторий, сроков и KPI	2. Постановка целей и задач	Б. Оценка результатов проведённых мероприятий: анализ охвата, вовлечённости, тональности упоминаний, достижение KPI	3. Разработка стратегии	В. Анализ текущего состояния коммуникаций: изучение медиаполя, соцсетей, обратной связи от граждан, выявление сильных и слабых сторон	4. Реализация коммуникацион	Г. Формулировка конкретных, измеримых целей (например,
		Этапы	Содержание этапа									
		1. Аудит коммуникаций	А. Разработка плана действий: определение каналов коммуникации, ключевых сообщений, целевых аудиторий, сроков и KPI									
		2. Постановка целей и задач	Б. Оценка результатов проведённых мероприятий: анализ охвата, вовлечённости, тональности упоминаний, достижение KPI									
3. Разработка стратегии	В. Анализ текущего состояния коммуникаций: изучение медиаполя, соцсетей, обратной связи от граждан, выявление сильных и слабых сторон											
4. Реализация коммуникацион	Г. Формулировка конкретных, измеримых целей (например,											

	(например, А1 или Б4).	ной кампании	повышение узнаваемости госоргана на 20 % за полгода)
		5. Оценка эффективности	Д. Практическое воплощение стратегии: публикации в СМИ, посты в соцсетях, пресс-конференции, информационные рассылки
		Соотнесите виды коммуникационного консалтинга для госорганов и общественных организаций с их типичными задачами.	
		Виды консалтинга	Задачи
		1. Стратегический коммуникационный консалтинг	А. Подготовка спикеров к выступлениям на ТВ, радио, пресс-конференциях; обучение работе с провокационными вопросами
		2. Кризисный коммуникационный консалтинг	Б. Разработка долгосрочной стратегии взаимодействия с ключевыми аудиториями, определение ключевых сообщений и каналов коммуникации
		3. Медиаконсалтинг	В. Организация взаимодействия со СМИ: подбор площадок, подготовка пресс-релизов, организация интервью и брифингов
		4. Консалтинг в сфере цифровых коммуникаций	Г. Разработка антикризисного плана: формулировка официальных позиций, подготовка заявлений, координация сообщений во время кризиса
		5. Консалтинг по публичным выступлениям	Д. Оптимизация работы госоргана в соцсетях: контент-план, модерация комментариев, работа с обращениями граждан онлайн
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	1.Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Какие задачи может решать коммуникационный консалтинг для органов государственной власти? Выберите все верные варианты. а) Разработка стратегии взаимодействия с целевыми аудиториями (гражданами, СМИ, НКО). б) Оптимизация налоговой отчётности ведомства. в) Подготовка пресс-релизов и официальных заявлений. г) Обучение сотрудников госоргана навыкам публичных выступлений и работы со СМИ. д) Проведение аудита текущих коммуникаций и анализ	

		медиаприсутствия. е) Реорганизация структуры министерства или ведомства. Какие инструменты и каналы коммуникации консультанты обычно рекомендуют государственным органам для повышения прозрачности и доверия граждан? Выберите все подходящие варианты. а) Официальные веб-сайты и порталы (например, «Госуслуги»). б) Личные аккаунты чиновников в соцсетях без верификации. в) Регулярные пресс-конференции и брифинги для СМИ. г) Платформы для общественных обсуждений и сбора обратной связи (например, «Российская общественная инициатива»). д) Закрытые чаты в мессенджерах для ограниченного круга лиц. е) Верифицированные аккаунты госорганов в социальных сетях с регулярным контентом.
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	Установите правильную последовательность этапов коммуникационного консалтинга для государственной организации. Расположите шаги в логическом порядке — от начального к завершающему: а) Разработка коммуникационной стратегии и плана действий. б) Оценка эффективности реализованных мероприятий и корректировка стратегии при необходимости. в) Аудит текущих коммуникаций организации: анализ медиаприсутствия, соцсетей, обратной связи от граждан. г) Реализация коммуникационных мероприятий (публикации, пресс-конференции, информационные кампании). д) Постановка целей и задач коммуникационной работы (например, повышение доверия к госоргану, информирование о новых услугах). Установите правильную последовательность действий консультанта при организации информационной кампании для общественной организации. Расположите

		этапы в порядке их выполнения: а) Подготовка контента (пресс-релизы, посты для соцсетей, инфографика) и согласование с организацией. б) Анализ целевой аудитории кампании и выбор коммуникационных каналов (СМИ, соцсети, рассылки и т.д.). в) Мониторинг и оценка результатов кампании: охват, вовлечённость, тональность упоминаний, достижение целей. г) Определение цели кампании (например, привлечение волонтеров, информирование о мероприятии, сбор средств). д) Размещение материалов на выбранных площадках и координация активности в ходе кампании. е) Анализ текущей ситуации и информационного поля вокруг организации (аудит коммуникаций).
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Какой из этапов является обязательным стартовым этапом в процессе коммуникационного консалтинга для государственной организации? а) Запуск информационной кампании в СМИ и социальных сетях б) Проведение аудита текущих коммуникаций организации в) Разработка фирменного стиля и визуальной концепции г) Назначение ответственных за взаимодействие со СМИ Какие показатели (KPI) наиболее релевантны для оценки эффективности коммуникационного консалтинга в деятельности общественной организации? Выберите один наиболее полный и правильный вариант. а) Количество сотрудников в организации и размер бюджета б) Количество опубликованных пресс-релизов и постов в соцсетях в) Рост узнаваемости организации, увеличение вовлечённости аудитории, улучшение тональности упоминаний в медиа, рост числа обращений граждан г) Количество закупленного офисного оборудования и расход бумаги
Задание открытого типа с развернутым	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.	Опишите комплексный план коммуникационного консалтинга для регионального министерства

ответом	2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	здравоохранения, которое сталкивается с низким уровнем доверия граждан и слабой информированностью населения о доступных медицинских услугах. В плане укажите: 3–4 ключевых этапа работы консультанта (от диагностики до завершения проекта); конкретные методы диагностики текущей ситуации (например, опросы, анализ соцсетей, медиамониторинг); 2–3 коммуникационные стратегии или тактики для повышения доверия и информированности (с указанием каналов: соцсети, СМИ, офлайн-мероприятия и т. д.); 3–4 КРІ для оценки эффективности проведённых мероприятий (например, рост охвата, изменение тональности упоминаний, увеличение числа обращений на горячую линию); возможные риски при реализации плана (например, скептицизм аудитории, нехватка ресурсов) и способы их минимизации. Представьте, что вы — консультант по коммуникациям для общественной организации, занимающейся защитой окружающей среды. Организация планирует запустить информационную кампанию по повышению экологической грамотности школьников 12–16 лет. Опишите: как вы проведёте анализ целевой аудитории (какие источники данных используете, какие параметры изучите); какие 3–4 канала коммуникации и формата контента вы выберете для взаимодействия со школьниками и почему (например, TikTok, образовательные квесты, интерактивные уроки); какую систему ключевых сообщений сформулируете для кампании (1–2 примера конкретных тезисов); каким образом будете оценивать вовлечённость и эффективность кампании (какие метрики и инструменты измерения используете — например, охват, количество участников мероприятий, тесты на усвоение материала); как организуете взаимодействие с партнёрами кампании (школы, местные власти, бизнес) для усиления эффекта.
---------	---	--

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Для изучения основных вопросов образовательной программы необходимо конспектировать материалы лекций, работать с рекомендованной преподавателем литературой, а также ресурсами информационно-

телекоммуникационной сети «Интернет». Для приобретения навыков активного использования знаний полезно обсуждать плановые и возникающие вопросы, а также решаемые задачи на практических занятиях. Чтобы легче и прочнее усвоить материал следует постоянно использовать конкретные примеры, сравнения из уже полученных областей наук.

Для закрепления изученного материала даны вопросы по каждой теме дисциплины (в виде вопросов для устного опроса), на которые следует самостоятельно найти ответы.

Важной составной частью учебного процесса в вузе являются практические занятия. Практические занятия проводятся главным образом по дисциплинам, требующим закрепления навыков решения задач, и помогают студентам глубже усвоить учебный материал, приобрести умения применять принципы системного подхода к решению разнообразных задач, определять и оценивать ресурсы и существующие ограничения разного рода проектов.

При подготовке к практическим занятиям необходимо проанализировать конспект лекции, ознакомиться с рекомендованной литературой по соответствующей теме, осуществить подготовку по рекомендованным в рабочей программе вопросам для обсуждения темы, выполнить домашнее задание (при необходимости).

Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю (в том числе по электронной почте). Планируя консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику. Кроме того, ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со

зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд методических материалов для быстрого повторения изученных вопросов, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

После изучения базовых тем курса проводится текущий контроль знаний студентов в виде устного опроса, письменного тестирования, выполнения практического задания. Типовые тесты и практические задания по темам дисциплины приведены в специальном разделе данной рабочей программы.

Подготовка к текущему и промежуточному контролю предполагает изучение представленных вопросов к экзамену, работу над тестами, представленными в данной рабочей программе и выполненными практическими заданиями.

Выполнение практических заданий предполагает работа в малых группах – это одна из самых популярных форм проведения интерактивных занятий, так как она дает всем обучающимся возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия). Цель данной формы проведения занятий: продемонстрировать сходство или различия определенных явлений, выработать стратегию или разработать план, выяснить отношение различных групп участников к одному и тому же вопросу. В ходе этой работы дополнительно решаются следующие задачи: развитие навыков общения и взаимодействия в группе, формирование ценностно-ориентационного единства группы, поощрение к гибкой смене социальных ролей в зависимости от ситуации.

Группа студентов делится на несколько малых групп (5-7 чел.). Количество групп определяется числом творческих заданий, которые будут обсуждаться в процессе занятия. Малые группы формируются либо по желанию студентов, либо по родственной тематике для обсуждения. Каждая малая группа обсуждает творческое задание в течение отведенного времени. Основной этап – проведение обсуждения творческого задания. Заслушиваются суждения, предлагаемые каждой малой группой по творческому заданию. Преподаватель дает оценочное суждение и работе малых групп, по решению творческих заданий, и эффективности предложенных путей решения.

Подготовка к устному опросу-дискуссии требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных

положений; обобщение и логическое построение материала ответа, например, в форме развернутого плана; написание текста ответа с соблюдением требований научного стиля.

Построение ответа включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Подготовка вопросов для самостоятельного изучения включает: изучение необходимой литературы (обязательной, дополнительной литературы, специальных периодических изданий, интернет-ресурсов), подготовку конспекта ответа и презентации, решение типовых заданий, ответы на контрольные вопросы.

При подготовке вопросов важно:

- использовать достаточно широкий диапазон массива информации, провести обзор периодической литературы и специальных изданий, составить каталог Интернет-ресурсов
- представить различные подходы, четко и полно определить рассматриваемые понятия, выявить взаимосвязи понятий и явлений, взаимозависимости и связи с другими вопросами;
- грамотно структурировать материал, ясно, четко и логично его излагать, приводить соответствующие примеры из практики, для иллюстрации положений, тезисов и выводов использовать таблицы, схемы, графики, диаграммы;

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Чуланова, О. Л. Кадровый консалтинг : учебник / О. Л. Чуланова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 358 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/textbook_5971e2c8792fc2.42060563. - ISBN 978-5-16-012953-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1906705> (дата обращения: 07.08.2026).

2. Береговая О. А. Глобальные образовательные коммуникации : учеб. пособие — (Образовательная платформа СИУ РАНХиГС). / О.А. Береговая. - Москва : Дело РАНХиГС, 2023. - 158 с. - ISBN 978-5-8036-1051-9. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/401139/reading> (дата обращения: 07.08.2026).

8.2. Дополнительная литература

1. Лукьянова Т. В. Становление и развитие консалтинга в управлении персоналом в России / Т. В. Лукьянова, П. В. Клопотовская // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. - 2015. - N. 6. - С. 5-8
2. Модели диалога власти и общества в интернет- коммуникациях : метод. пособие / В. И. Василенко [и др. ; под общ. ред. Л. А. Василенко, Е. В. Тарасовой]. - М. : Проспект, 2017. - 111 с.
3. Москальчук Е.И. Стратегии взаимодействия неправительственных организаций с государством в Российской Федерации // Политика и общество. - 2015. - N. 12. - С. 1603 – 1610
4. Новек, Бет Симон. Умные граждане - умное государство: экспертные технологии и будущее государственного управления / Бет Симон Новек ; пер. с англ. [М. Уварова, О. Ро]. - М.: Олимп-Бизнес [и др.], 2016. - 504 с.
5. Талапина, Эльвира Владимировна. Государственное управление в информационном обществе (правовой аспект) [Электронный ресурс] : монография / Э. В. Талапина ; Рос. акад. наук, Ин-т гос. и права. - Электрон. дан. - М.: Юриспруденция, 2015. - 189 с.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. О средствах массовой информации: Федеральный Закон от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 19.04.2013). - URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения 20.06.2014).
2. О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 07.06.2013 № 108-ФЗ)

8.4 Интернет-ресурсы

1. Журнал «Советник» - www.sovetnik.ru
2. Журнал «Сообщение» - <http://www.soob.ru/>
3. Журнал «PR-Week» - <http://www.prweek.com/uk/>
4. Журнал «Оборот» - <http://www.oborot.ru/>
5. <http://www.prometeus.nsc.ru/biblio/spravka/pr.ssi>
6. www.sovetnik.ru
7. http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitamy_e_nauki/ekonomika_i_pravo/PABLIK_RILESHN_Z_RR.html
8. <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a48.htm>
9. <http://www.aup.ru/books/m59/11.htm>
10. <http://prinfo.webzone.ru/PRPhilmgu.htm>

11. <http://ou.tsu.ru/hischool/vvedpr/gl1.htm>
12. <http://grebennikon.ru/article-4KoS-91.html>
13. <http://www.dl5.ru/74-sozдание-obshhestvennoj-reputacii-firmy-v.html>
14. <https://www.plerdy.com/ru>
15. <https://www.eurostudio.ru>
16. <http://reputazzi.com>

8.5 Иные источники

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: <http://elibrary.ru/>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/>
3. Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.garweb.ru](http://www.garweb.ru).
4. Правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.consultantru](http://www.consultantru).
5. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс» [http:// www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76](http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76)
6. Статьи из журналов и статистических изданий Ист Вью http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
7. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс» http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
8. Статьи из журналов и статистических изданий Ист Вью http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing - доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оснащенные персональным компьютером/ноутбуком и мультимедийным проектором
2.	Аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами и персональными компьютерами с выходом в Интернет для проведения практических занятий
3.	«МТС Линк» — российская платформа для онлайн-коммуникаций и совместной работы команд ; «Яндекс Телемост» — сервис для видеоконференций от Яндекса; Я-мессенджер
4.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV; программы для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных; соответствующие онлайн-инструменты для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях
5.	Научная библиотека (в т.ч. электронные информационные ресурсы научной библиотеки)
6.	СДО Академии https://lms.ranepa.ru/