

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 04.04.2024 19:29:41
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра государственного и муниципального управления

УТВЕРЖДЕНА
Методической комиссией по направлению
«Государственное и муниципальное управ-
ление»
Протокол от «21» мая 2019 г. № 5

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.13 «Связи с общественностью в органах власти»

*(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)
«СсОвОВ»*

краткое наименование дисциплины (модуля)

по направлению подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Направленность (профиль) "Эффективное государственное управление"

бакалавр

квалификация выпускника

очная, очно-заочная, заочная

форма(ы) обучения

Год набора - 2019

Санкт-Петербург, 2019 г

Автор–составитель:

Доктор философских наук, профессор,
профессор кафедры государственного
и муниципального управления
Чечулин А.В.

Заведующий кафедрой государственного
и муниципального управления,
доктор экономических наук, доцент
Балашов А.И.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	7
Объем дисциплины.....	7
Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	8
3. Содержание и структура дисциплины.....	9
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	16
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	31
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	35
6.1. Основная литература.....	35
6.2. Дополнительная литература.....	35
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	36
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	38

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

1.1. Дисциплина **Б1.В.13** «Связи с общественностью в органах власти» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	ПК-2.2	Способность использовать умения и навыки, связанные с полученными знаниями в практической деятельности при подготовке и реализации управленческих решений в системе государственного и муниципального управления по вопросам мотивации, организации групповой и командной работы, подбора, отбора, оценке и развития персонала, совершенствования организационной культуры.
ПК-17	Владение методами самоорганизации рабочего времени, рационального применения ресурсов и эффективного взаимодействия с другими исполнителями	ПК-17.2	Способность применять знания основ самоменеджмента и управления работой команды при решении задач ГУ и МСУ, а также в деятельности государственных и муниципальных учреждений.

1.2. В результате освоения дисциплины **Б1.В. 13** «Связи с общественностью в органах власти» у выпускника должны быть сформированы :

ОТФ/ТФ	Код этапа	Результаты обучения
--------	-----------	---------------------

<p>(при наличии профстандарта)/ профессиональные действия¹</p>	<p>освоения компетенции</p>	
<p>осуществлять организацию взаимодействия органов публичной власти (органов государственной власти и местного самоуправления), а также общественных организаций с внешней средой (другими государственными и муниципальными органами, организациями, гражданами);</p>	<p>ПК–2.2</p>	<p>На уровне знаний: Знает социально-психологические теории, основные понятия, психологические механизмы процесса общения, психологические характеристики социальных групп, влияние социальной среды на формирование личности; Разбирается в практических методах развития личности в социуме, сущности социальных технологий современности и тенденции их развития, природе и особенности манипулятивного воздействия. устанавливает источники и проблемы возникновения конфликтов их предотвращения и разрешения; знает этико-моральные требования к служащим государственного и муниципального управления и к решению управленческих задач; анализирует различные социальные ситуации, процессы и проблемы современного общества на основе научного социально-психологического знания в организации и на макросоциальном уровне; выстраивает социальные коммуникации в организации; применяет современные социальные технологии развития человеческого потенциала; Дает оценку поведению служащему государственного и муниципального управления с точки зрения морально-этических норм. основных принципов и форм деловой коммуникации, позволяющих эффективно осуществлять связи с общественностью.</p>

¹ В отсутствие профессионального стандарта состав профессиональных действий был определен в рамках Форсайт- сессии Протокол № 1 от 24.08.2016 г.

	<p>основных технологий и правил планирования этапов и проведения мероприятий и коммуникационных кампаний в соответствии с принятой стратегией управления человеческими ресурсами;</p> <p>На уровне умений: творчески использует социологические и социально-психологические знания в решении профессиональных задач; самостоятельно формулирует и анализирует проблемы современного поликультурного общества; разрабатывает программы прикладных кросс-культурных исследований; -проводит анализ и оценку эффективности реализуемых PR-мероприятий и PR-кампаний в соответствии с целями и задачами организации по управлению человеческими ресурсами; выбирает правильную форму осуществления деловой коммуникации для взаимодействия с общественностью и организациями различных типов. планирует, готовит и осуществляет коммуникационные мероприятия и кампании в соответствии с целями и задачами организации; умеет вести переговоры, владеет навыками письменной и устной деловой коммуникации.</p> <p>На уровне навыков: Владеет навыками самопознания, диагностирования и интерпретации личностных особенностей людей, различных социальных ситуаций на основе научного психологического знания. Владеет навыками использования специальной терминологии и лексики при ведении переговоров, организации PR-кампаний, при подготовке и реализации управленческих решений в системе государственного и муниципального управления по вопросам мотивации, организации групповой и командной работы, подбора, отбора, оценке и развития персо-</p>
--	--

		<p>нала, совершенствования организационной культуры, составлении отчетов о проведенных мероприятиях, осуществление коммуникации в устной и письменной формах в условиях межкультурного взаимодействия; планирования, подготовки и реализации мероприятий социальных программ развития человеческого потенциала;</p> <p>профессиональная аргументация обоснования выбора методов мотивации, подходов к формированию групп и команд для совместной работы.</p> <p>оценке и развития персонала, совершенствования организационной культуры, составлении отчетов о проведенных мероприятиях,;</p>
<p>Улучшать деятельность сотрудников органов публичной власти (органов государственной власти и местного самоуправления), а также общественных организаций на основе личного примера, умения обучаться и совершенствовать работу с учетом опыта и новых идей, проявления лидерских качеств, умения принимать взвешенные решения, убеждать в целесообразности этих решений и воплощать решения в жизнь, оценивать последствия исполнения решений;</p>	<p>ПК-17.2</p>	<p>На уровне знаний: методы самоорганизации рабочего времени, рационального применения ресурсов и эффективного взаимодействия с другими исполнителями в теории управления. Особенности проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, а также основные технологии, правила и особенности их планирования и осуществления в соответствии с принятой стратегией управления человеческими ресурсами.</p> <p>На уровне умений: применять методы самоорганизации рабочего времени, рационального использования ресурсов и эффективного взаимодействия с другими исполнителями в теории управления; проводить анализ и оценку эффективности реализуемых PR-мероприятий и PR-кампаний</p> <p>На уровне навыков: навыками применения методов самоорганизации рабочего времени, рационального применения ресурсов; PR-активности в органах власти; планирования, подготовки и осуществления коммуникационных</p>

		мероприятий и кампаний в соответствии с целями и задачами организации времени в рамках решения задачи с учетом возможных неблагоприятных внешних условий, а также оптимизации временных затрат с включением команды и путем применения современных информационно-коммуникационных технологий.
--	--	---

Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов, 81 астрономический час.

Очная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость в акад. часах	Трудоемкость в астрон. часах
Общая трудоемкость	108	81
Контактная работа с преподавателем	36	27
Лекции	16	12
Практические занятия	20	15
Лабораторные занятия		
Самостоятельная работа	36	27
Контроль	36	27
Формы текущего контроля	устный опрос, реферат, решение кейсов, доклад, деловая игра, тест	
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	

Очно-заочная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость в акад. часах	Трудоемкость в астрон. часах
Общая трудоемкость	108	81
Контактная работа с преподавателем	24	18

Лекции	12	9
Практические занятия	12	9
Лабораторные занятия		
Самостоятельная работа	48	36
Контроль	36	27
Формы текущего контроля	устный опрос, реферат, решение кейсов, доклад, деловая игра, тест	
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	

Заочная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость в акад. часах	Трудоемкость в астрон. часах
Общая трудоемкость	108	81
Контактная работа с преподавателем	12	9
Лекции	4	3
Практические занятия	8	6
Лабораторные занятия		
Самостоятельная работа	87	65,25
Контроль	9	6,75
Формы текущего контроля	устный опрос, реферат, решение кейсов, доклад, деловая игра, тест	
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина **Б1.В. 13 «Связи с общественностью в органах власти»** относится к вариативной части дисциплин по выбору учебного плана по направлению подготовки бакалавров 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление». Направленность (профиль) "Эффективное государственное управление" и изучается студентами на 4 курсе и 5 курсе.

Дисциплина реализуется после изучения:

- Б1.Б.08 Иностранный язык
- Б1.Б.13 Социология
- Б1.Б.19 Управление человеческими ресурсами
- Б1.Б.22 Деловой русский язык
- Б1.Б.31 Этика государственной и муниципальной службы

Б1.Б.32 Деловые коммуникации

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является экзамен.

Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР ²		
<i>Очная форма обучения</i>								
Тема 1	PR - как социальная технология: история становления и роль в современном обществе	6	2				4	Т
Тема 2	Организационные структуры информационной и PR-активности органов государственной власти. Правовая и этическая основа PR-деятельности.	6	2				4	Т
Тема 3	Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью	10	2		4		4	УО/КС/Д
Тема 4	Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения	8	2		2		4	УО/Д
Тема 5	Мониторинг социально-политических процессов как основа для принятия политических и управленческих решений.	11	2		4		5	УО/ДИ
Тема 6	PR-технологии	11	2		4		5	

² Не входит в объем дисциплины.

	формирования информационных потоков и создание позитивного имиджа власти.						УО/ДИ	
Тема 7	Информационно-коммуникационная деятельность по налаживанию связей государственных учреждений с общественно-политическими организациями	9	2		2		5	УО/Д
Тема 8	Специфика работы служб по связям с общественностью в политических партиях и общественно-политических организациях	11	2		4		5	УО/Д/ДИ
	Промежуточная аттестация	36 27						Экзамен
	Всего:	108	16		20	2	36	
	Всего в астрон. часах	81	12		15	1,5	27	
Очно-заочная форма обучения								
Тема 1	PR - как социальная технология: история становления и роль в современном обществе	8	1		1		6	Т
Тема 2	Организационные структуры информационной и PR-активности органов государственной власти. Правовая и этическая основа PR-деятельности.	8	1		1		6	Т
Тема 3	Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью	8	1		1		6	Решение кейсов
Тема 4	Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения	8	1		1		6	УО/Д
Тема 5	Мониторинг социально-политических процессов как основа для принятия политических и управленческих решений.	10	2		2		6	УО/ДИ

Тема 6	PR-технологии формирования информационных потоков и создание позитивного имиджа власти.	10	2		2		6	Т
Тема 7	Информационно-коммуникационная деятельность по налаживанию связей государственных учреждений с общественно-политическими организациями	10	2		2		6	Д
Тема 8	Специфика работы служб по связям с общественностью в политических партиях и общественно-политических организациях	10	2		2		6	Д/ДИ
	Промежуточная аттестация	36 27						Экзамен
	Всего:	108	12		12	2	48	
	Всего в астрон.часах	81	9		9	1,5	36	
Заочная форма обучения								
Тема 1	PR - как социальная технология: история становления и роль в современном обществе	11	1				10	
Тема 2	Организационные структуры информационной и PR-активности органов государственной власти. Правовая и этическая основа PR-деятельности.	11					11	
Тема 3	Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью	12	1				11	
Тема 4	Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения	13	2				11	
Тема 5	Мониторинг социально-политических процессов как основа для принятия политических и	13			2		11	УО

	управленческих решений.							
Тема 6	PR-технологии формирования информационных потоков и создание позитивного имиджа власти.	13			2		11	ДИ
Тема 7	Информационно-коммуникационная деятельность по налаживанию связей государственных учреждений с общественно-политическими организациями	13			2		11	Д
Тема 8	Специфика работы служб по связям с общественностью в политических партиях и общественно-политических организациях	13			2		11	Реферат
	Промежуточная аттестация	9 6,75						Экзамен
	Всего:	108	4		8	2	87	
	Всего в астрон.часах	81	3		6	1,5	65,2 5	

Содержание дисциплины

Тема 1. PR - как социальная технология: история становления и роль в современном обществе

Основные подходы к определению связей с общественностью. Связи с общественностью, реклама, пропаганда и агитация: общее и особенное. Рациональный и альтруистический подходы к связям с общественностью как направлению профессиональной деятельности: исторический аспект. Предыстория развития связей с общественностью как направление профессиональной деятельности. Основные этапы формирования и развития связей с общественностью в Западной Европе и США. Становление института связей с общественностью в России. Специфика связей общественности в государственном управлении и политике. Основные тенденции общественного развития. Роль и значение связей с общественностью в современном мире и гражданском обществе.

Тема 2. Организационные структуры информационной и PR-активности органов государственной власти. Правовая и этическая основа PR-деятельности.

Особенности построения работы отделов и служб по связям с общественностью в органах государственной и муниципальной власти. Основные центры информационной и PR-активности администрации Президента, аппарата Правительства и палат Федерального Собрания РФ: структура, функции, задачи. Пресс-служба как основная организационная структура информационной и PR-активности органов государственной и муниципальной власти. Факторы формирования полифункциональности пресс-служб. Структура пресс служб, основные направления работы. Опыт и задачи европейских и американских пресс-служб органов государственной власти.

Правовые основы деятельности служб связей с общественностью. Конституция РФ, Декларация прав и свобод человека и гражданина РФ, Гражданский кодекс Российской Федерации, ФЗ «О средствах массовой информации», ФЗ «О рекламе», ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». Профессиональная этика специалиста по связям с общественностью: основные виды кодексов профессионального поведения специалиста (Афинской и Лиссабонский кодексы, кодекс профессиональных стандартов PRSA, декларация профессиональных стандартов РАСО). Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, общественное мнение.

Тема 3. Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью

Медиапланирование как основа деятельности пресс-службы. Способы и основные правила общения с прессой. Виды мероприятий для прессы: пресс-конференции, брифинги, пресс-туры, предосмотры, круглые столы, встречи с журналистами, интервью, дебаты, фото-, теле- и киносессии. Аккредитация журналистов. PR-тексты, подготавливаемые пресс-службой. Письменные PR-тексты: жанры и особенности. Особенности и специфика создания медиатекстов. Виды медиатекстов. Информационные пакеты. Информационные издания пресс-служб. Специфика изданий пресс-служб, виды изданий, каналы распространения. Устные PR-тексты: специфика подготовки и особенности использования. Спичрайтерский текст: основные характеристики. Фактор аудитории.

Тема 4. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения

Понятие общественного мнения. Сходства и различия в определении общественного сознания и общественного мнения. Уровни общественного мнения. Этапы формирования общественного мнения, их характеристика. Эволюционный и массированный варианты в создании общих чувств и представлений общества о предмете (явлении, субъекте, товаре, услуге). Роль PR в формировании первичного и типизированного общественного мнения. Механизмы формирования общественного мнения: спонтанный и организационно-коммуникационный. Использование теорий

манипуляции в реализации PR-задач. Характеристика ведущих теорий манипуляций. Правила манипулирования и защиты от манипуляций. Определение целевой и ключевой аудитории, виды и категории целевых аудиторий. Внешняя и внутренняя аудитории, журналисты как ключевая аудитория; определение понятий «лидеры мнений» и «группы интересов». Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания.

Тема 5. Мониторинг социально-политических процессов как основа для принятия политических и управленческих решений.

Информационно-аналитическое обеспечение процесса государственного управления пресс-службами. Диагностика социально-политических процессов. Стратегическое планирование информационной деятельности. Методология и методика проведения мониторинга. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений. Коммуникационный аудит. Основные показатели коммуникационного аудита. Формы и методы мониторинга СМИ. Компоненты ежедневного мониторинга. Ежедневный мониторинг как оперативный срез публикаций. Диагностика политической ситуации. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности. Источники информации о политическом объекте. Социологическое изучение состояния напряженности и политического конфликта. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.

Тема 6. PR-технологии формирования информационных потоков и создание позитивного имиджа органов власти.

Понятие «имидж государственной власти». Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик. Алгоритм формирования имиджа государственной власти. Технологии формирования имиджа власти. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете. Имиджевые стратегии. PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти. Медиа-стратегии по формированию позитивного имиджа государственной службы. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта. Организация специальных мероприятий. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников. Приемы и

способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.

Тема 7. Информационно-коммуникационная деятельность по налаживанию связей государственных учреждений с общественно-политическими организациями

Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями. Традиционные виды информационной работы специалиста по связям с общественностью: пресс-релизы, медиа-акции, «утечка информации», политическая и социальная реклама, заказные статьи. Формирование позитивного и/или негативного имиджа. Моделирование информационного контекста. Политический маркетинг. Основные понятия и категории политического маркетинга. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями. Формирование общественной повестки дня.

Способы противодействия негативной информации. Определение информационных рисков, опасностей, угроз. Понятие информационных войн. Виды негативной информации - критическая, искаженная, фальсифицированная, клеветническая – их характеристика и анализ. Обстоятельства и поводы появления негативной информации. Формы и способы противодействия негативному информационному воздействию на организацию (или публичную личность), информационному диктату (в том числе, демонстрируемых в виде негативных информационных PR-кампаний) со стороны корпоративных служб связей с общественностью. Общие и специальные контрмеры.

Тема 8. Специфика работы служб по связям с общественностью в политических партиях и общественно-политических организациях

Понятие «политическая партия», роль в современном обществе. Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей. Виды общественно-политических организаций. Связи с общественностью в некоммерческом секторе. Организация и проведение фандрейзинговой кампании. Фандрейзинг и спонсоринг как технологии работы с общественностью в некоммерческих организациях.

Основы публичного выступления. Установление контакта и эффект первого впечатления, влияние стереотипов на первое впечатление, эффект ореола, эмпатия, рефлексия. Способы привлечения и удержания внимания различных аудитории. Коммуникативные барьеры различных социальных групп. Проблемы межкультурной коммуникации. Пути преодоления коммуникативных барьеров. Принципы создания и использования презентаций. Содержание и структура презентации. Ключевая идея презентации. Закон композиции. Модели структурирования информации.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1 Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1 В ходе реализации дисциплины Б1.В.13 «Связи с общественностью в органах власти» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Очная форма

Тема 1. PR - как социальная технология: история становления и роль в современном обществе	Т
Тема 2. Организационные структуры информационной и PR-активности органов государственной власти. Правовая и этическая основа PR-деятельности.	Т
Тема 3. Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью	УО/КС/Д
Тема 4. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения	УО/Д
Тема 5. Мониторинг социально-политических процессов как основа для принятия политических и управленческих решений.	УО/ДИ
Тема 6. PR-технологии формирования информационных потоков и создание позитивного имиджа власти.	УО/ДИ
Тема 7. Информационно-коммуникационная деятельность по налаживанию связей государственных учреждений с общественно-политическими организациями	УО/Д
Тема 8. Специфика работы служб по связям с общественностью в политических партиях и общественно-политических организациях	УО/Д/ДИ
Очно-заочная форма	
Тема 1. PR - как социальная технология: история становления и роль в современном обществе	Т
Тема 2. Организационные структуры информационной и PR-активности органов государственной власти. Правовая и этическая основа PR-	Т

деятельности.	
Тема 3. Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью	Решение кейсов
Тема 4. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения	УО/Д
Тема 5. Мониторинг социально-политических процессов как основа для принятия политических и управленческих решений.	УО/ДИ
Тема 6. PR-технологии формирования информационных потоков и создание позитивного имиджа власти.	Т
Тема 7. Информационно-коммуникационная деятельность по налаживанию связей государственных учреждений с общественно-политическими организациями	Д
Тема 8. Специфика работы служб по связям с общественностью в политических партиях и общественно-политических организациях	Д/ДИ
Заочная форма	
Тема 1. PR - как социальная технология: история становления и роль в современном обществе	
Тема 2. Организационные структуры информационной и PR-активности органов государственной власти. Правовая и этическая основа PR-деятельности.	
Тема 3. Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью	
Тема 4. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения	
Тема 5. Мониторинг социально-политических процессов как основа для принятия политических и управленческих решений.	УО
Тема 6. PR-технологии формирования информационных потоков и создание позитивного имиджа власти.	ДИ
Тема 7. Информационно-коммуникационная деятельность по налаживанию связей государственных учреждений с общественно-политическими организациями	Д
Тема 8. Специфика работы служб по связям с общественностью в политических партиях и общественно-политических организациях	Реферат

4.1.2 Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Экзамен проводится в форме устного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса)

Типовые вопросы для устного опроса

1. Основные подходы к пониманию сущности связей с общественностью в органах власти (далее – СО). 2. СО и другие виды коммуникативной деятельности: сходства и отличия.

2. Функций СО.
 3. Исторические модели СО-коммуникаций.
 4. Ситуационная теория общественности Дж.Грюнига. Как необщественность превращается в общественность?
 5. Типология групп общественности.
 6. Ключевые группы общественности.
 7. Психологический подход в определении групп общественности.
 8. Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Цели и задачи.
 9. Исторические модели связей с общественностью в органах государственной власти.
 10. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.
 11. Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровня и органах местного самоуправления. Ресурсы и статус СО-служб.
 12. Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления.
 13. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ. Защита информации в управлении связями с общественностью.
 14. Современные информационно-коммуникативные технологии в СО-деятельности органов власти.
 15. Модель стратегического СО-менеджмента Грюнига и Реппера. Модель RACE.
-
16. Стратегическое планирование СО-деятельности.
 17. Технологии организации специальных мероприятий.
 18. Менеджмент новостей.
 19. Соотношение понятий «имидж» и «репутация», «имидж» и «образ», «имидж» и «стереотип».
 20. Функции и свойства имиджа.
 21. Основные типологии имиджа.
 22. Виды и формы общественных кампаний.
 23. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората.
 24. Основные технологии формирования политических предпочтений избирателя.
 25. Технологии формирования позитивного общественного мнения в отношении решений и проектов органов государственной власти.
 26. Агитационно-рекламное сопровождение избирательных кампаний.
 27. Информационно-аналитическое сопровождение избирательных кампаний.
 28. Юридическое сопровождение избирательных кампаний
 29. Деятельность службы связей с общественностью в органах власти (далее – СО) политических партий (на конкретном примере).
 30. СО в деятельности государственных и муниципальных служащих.
 31. Лоббизм. Формы и методы лоббистской деятельности.
 32. Манипуляции в сфере общественных отношений.
 33. Социальная ответственность бизнеса: сущность и перспективы развития в России.

34. Внешнеполитическая пропаганда и СО.
35. Невербальные коммуникации и СО.
36. Лоббирование в представительных органах государственной власти как элемент политических PR-технологий.
37. Взаимодействие органов власти с политическими партиями и движениями, некоммерческими организациями.
38. Репутация органов власти как предмет деятельности службы по связям с общественностью.
39. Функции и принципы, нормативные и этические основы СО.
40. Соотношение СО с другими понятиями.
41. Стратегическое планирование в СО.
42. Понятие «новость». Два типа новостного производства.
43. Кризис: понятие, виды, этапы развития.
44. Российский и зарубежный опыт организации PR в органах федеральной, региональной и муниципальной власти.
45. Функции пресс-службы и проблема качества информации.
46. Технологии управления новостной информацией, создание и усиление значимости новости.
47. Институционализация PR.
48. Имиджевые стратегии. Основные избирательные технологии.
49. Модели PR-практики.
50. Имидж политической партии.
51. Типы общественных кампаний. Типы избирательных кампаний, ее этапы.
52. Типы избирательных стратегий с учетом модели электората.
53. Стратегии формирования и продвижения имиджа политика.
54. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления

Типовые темы для докладов

1. СО в органах государственной власти: цели, задачи и отличия от коммерческого СО.
2. Этапы исторического развития СО. История зарождения СО в США.
3. Антикризисный план и команда. Особенности коммуникаций во время кризисов.
4. Принципы выделения общественности. Психологические подходы к выделению общественности.
5. Имидж: понятие и основные типологии.
6. Технологии демократического контроля в государственном и муниципальном управлении
7. Ситуационный подход к определению общественности.
8. Организация устных коммуникаций (пресс-конференции, презентаций). Подготовка речей и выступлений.
9. Понятие коммуникации и ее виды. Коммуникационные барьеры.

10. Организация диалоговых коммуникаций в органах государственной власти и местного самоуправления.
11. Теории распространения информации.
12. Сущность и технологии лоббирования.
13. Работа с прессой и условия ее эффективности.
14. Имидж и репутация органа власти.
15. Виды письменных коммуникаций.

Пример темы для деловой игры

«Информационно-коммуникационное сопровождение избирательной кампании политической партии».

Типовые задания для тестирования

1. Какой международный документ ввел впервые термин «информационное неравенство»:

- А) Международный пакт о гражданских и политических правах;
- Б) Всеобщая декларация прав человека и гражданина;
- В) Окинавская хартия глобального информационного общества;
- Г) Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод.

2. Укажите, что не входит в деятельность специалиста по связям с общественностью как особой функции управления:

- А) способствовать установлению отношений взаимопонимания и сотрудничества с общественностью;
- Б) делать упор на служении своей организации, манипулируя общественностью;
- В) выполнять функцию системы «раннего оповещения» об опасности;
- Г) использовать общение, основанное на этических нормах.

3. Паблицитный капитал, это:

- А) особый вид капитала, представляющий собой социальное отношение, связанное с общественностью, способствующее росту общественного доверия;
- Б) публичная известность политика или органа государственной власти, использующего нематериальные активы – престиж, положительное паблисити;
- В) вид паблисити, используемый в продвижении крупной бизнес-структуры;
- Г) публицистика в журналистике, приносящая материальную выгоду.

Типовые примеры для решения кейсов

Пример 1. Главная задача пресс-службы органа власти заключается в том, чтобы об органе власти не только знали, но и не забывали. Поэтому необходимы творческий подход к работе, правильное использование внутреннего информационного поля организации и грамотно составленный информационный повод.

Предложите информационный повод для регионального законодательного органа власти и возможные варианты его подачи в СМИ.

Пример 2. Сущность работы пресс-секретаря определяет сочетание разнонаправленных интересов. Он должен быть «своим» в двух противоположных коммуникационных средах: официальной и журналистской.

Если бы вы составляли «Моральный кодекс специалиста по связям с общественностью», какие принципы бы вы взяли за основу.

Примеры тем для рефератов

1. Специфика медиарелейшнз в сфере политики и государственного управления.
2. Внутрикорпоративный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении.
3. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
4. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире.
5. Политическая партия как целевая группа для связей с общественностью органов государственной власти

Оценочные средства (формы текущего контроля)	Показатели* оценки	Критерии** оценки
Доклад	<ul style="list-style-type: none"> • соблюдение регламента (15 мин.); • характер источников (более трех источников); • подача материала (презентация); • ответы на вопросы (владение материалом). 	Каждый критерий оценки доклада оценивается в 0,25 балла, максимум 1 балл за доклад. Допускается не более одного доклада в семестр, десяти докладов в год (всего до 10 баллов)
Тестирование	процент правильных ответов на вопросы теста.	Менее 60% – 0 баллов; 61 - 75% – 6 баллов;

		76 - 90% – 8 баллов; 91 - 100% – 10 баллов.
Деловая игра	<ul style="list-style-type: none"> • знание терминов, • культура речи, • логика действий, • рациональность действий, • оптимальность выборов. 	<p>I. Первый этап: обсуждение поставленной задачи и предварительный обмен мнениями на добровольно-совещательной основе – 2 балл.</p> <p>II. Второй этап: самостоятельная работа студентов в малых группах, составление аналитической справки (командная работа) в указанный срок – до 3 баллов;</p> <p>III. Третий этап: полнота раскрытия темы задания и владение терминологией, ответы на дополнительные вопросы – до 5 баллов.</p> <p>Всего 10 баллов.</p>
Устный опрос	<ul style="list-style-type: none"> • Корректность и полнота ответов 	<p>Сложный вопрос: полный, развернутый, обоснованный ответ – 10 баллов</p> <p>Правильный, но не аргументированный ответ – 5 баллов</p> <p>Неверный ответ – 0 баллов</p> <p>Обычный вопрос:</p> <p>полный, развернутый, обоснованный ответ – 4 балла</p> <p>Правильный, но не аргументированный ответ – 2 балла</p> <p>Неверный ответ – 0 баллов.</p> <p>Простой вопрос:</p> <p>Правильный ответ – 1 балл;</p> <p>Неправильный ответ – 0 баллов</p>
Решение кейсов	Содержательная активность, качество практических рекомендаций для принятия управленческих решений	<p>– выступление характеризует попытку серьезного предварительного анализа (правильность предложений, подготовленность, аргументированность и т.д.).</p> <p>– внимание обращено на определенный круг вопросов, который требует углубленного обсуждения.</p> <p>– продемонстрировано владение</p>

		<p>категориальным аппаратом, стремление давать определения, выявлять содержание понятий.</p> <ul style="list-style-type: none"> – продемонстрировано умение логически мыслить, точки зрения, высказанные ранее, подытоживаются и приводят к логическим выводам. – предложены альтернативы, которые раньше оставались без внимания. – предложен определенный план действий или план воплощения решения. – определены существенные элементы, которые должны учитываться при анализе данного кейса. – принято заметное участие в обработке количественных данных, проведении расчетов. – подведены итоги обсуждения. Анализ кейса, данный бакалавром при непубличной (письменной) презентации в случае компенсирующего задания считается удовлетворительным, если: <ul style="list-style-type: none"> – было сформулировано и проанализировано большинство проблем, имеющих в кейсе; – проведено максимально возможное количество расчетов; – были сделаны собственные выводы на основании информации о кейсе, которые отличаются от выводов других бакалавров; – были продемонстрированы адекватные аналитические методы для обработки информации; – составленные документы по смыслу и содержанию отвечают требованиям; <p>приведенные в итоге анализа аргументы находятся в соответствии с ранее выявленными проблемами, сделанными выводами, оценками и использованными аналитическими методами.</p>
Реферат	<ul style="list-style-type: none"> • актуальность проблемы и темы 	<ul style="list-style-type: none"> • новизна проблемы max - 5 баллов

	<ul style="list-style-type: none"> • полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы • умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал • грамотность и культура изложения 	<ul style="list-style-type: none"> • степень раскрытия сущности проблемы max - 5 баллов • обоснованность выбора источников max. – 5 баллов • соблюдение требований к оформлению. max - 2 баллов
--	--	--

4.3 Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Формирование компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	ПК-2.2	Способность использовать умения и навыки, связанные с полученными знаниями в практической деятельности при подготовке и реализации управленческих решений в системе государственного и муниципального управления по вопросам мотивации, организации групповой и командной работы, подбора, отбора, оценке и развития персонала, совершенствования организационной культуры.
ПК-17	Владение методами самоорганизации рабочего времени, рационального применения ресурсов и эффективного взаимодействовать с	ПК-17.2	Способность применять знания основ самоменеджмента и управления работой команды при решении задач ГУ и МСУ, а также в деятельности государственных и

	другими исполнителями	муниципальных учреждений.
--	-----------------------	---------------------------

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
<p>ПК–2.2 Способность использовать умения и навыки, связанные с полученными знаниями в практической деятельности при подготовке и реализации управленческих решений в системе государственного и муниципального управления по вопросам мотивации, организации групповой и командной работы, подбора, отбора, оценке и развития персонала, совершенствования организационной культуры.</p>	<p>основных принципов и форм деловой коммуникации, позволяющих эффективно осуществлять связи с общественностью. основных технологий и правил планирования этапов и проведения мероприятий и коммуникационных кампаний в соответствии с принятой стратегией управления человеческими ресурсами;</p> <p>творчески использует социологические и социально-психологические знания в решении профессиональных задач;</p> <p>- самостоятельно формулирует и анализирует проблемы современного поликультурного общества; разрабатывает программы прикладных кросс-культурных исследований;</p> <p>- проводит анализ и оценку эффективности реализуемых PR-мероприятий и PR-кампаний в соответствии с целями и задачами организации по управлению человеческими ресурсами; выбирает правильную форму осуществления деловой коммуникации для взаимодействия с общественностью и организациями различных типов.</p> <p>- планирует, готовит и осуществляет коммуникационные мероприятия</p>	<p>Успешно применяет основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды,</p> <p>Умеет грамотно проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p> <p>Адекватно использует формы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной форме и межкультурной коммуникации на межличностном уровне; Эффективно использует наработки по продвижению комплексных программ оптимизации межкультурного взаимодействия и адаптации мигрантов.</p>

	и кампании в соответствии с целями и задачами организации; - умеет вести переговоры, владеет навыками письменной и устной деловой коммуникации.	
ПК-17.2. Способность применять знания основ менеджмента и управления работой команды при решении задач ГУ и МСУ, а также в деятельности государственных муниципальных учреждений.	Демонстрирует умения поиска, выбора, анализа и систематизации элементов поставленной задачи, необходимых для разработки и последующей реализации графиков и временных условий решения поставленной задачи.	Адекватно и полно проанализированы и систематизированы временные условия решения задачи и разработаны общие принципы подготовки графиков ее решения.

4.3.2 Типовые оценочные средства

Оценочные средства (формы промежуточного контроля)	Показатели* оценки	Критерии** оценки
Экзамен В соответствии с балльно-рейтинговой системой на промежуточную аттестацию отводится 30 баллов.	Теоретические вопросы В билете содержится 2 вопроса по 10 баллов (максимально) каждый	8-10 баллов – получены полные и исчерпывающие ответы на вопросы, указанные в экзаменационном билете. Усвоены основные понятия и их особенности, присутствует умение правильно определять специфику соответствующих отношений, способность принимать быстрые и нестандартные решения. Грамотность и стилистика изложения материала. 4-7 получены стандартные ответы на вопросы, указанные в экзаменационном билете., Усвоены основные понятия и их особенности, присутствует умение правильно определять специфику соответствующих от-

		<p>ношений, однако, допускаются незначительные ошибки, неточности по названным критериям, которые не искажают сути ответа;</p> <p>1-3 балла – неполное раскрытие основного содержания вопроса билета</p> <p>0 - ответы на предложенные в билете вопросы отсутствуют, либо даны неверно. Студент не знает основных понятий и категорий, а также не имеет отчетливого представления о предмете, системе и структуре дисциплины.</p>
	<p>Ситуационная задача (кейс)- 10 баллов</p>	<p>8-10 – нестандартное (многоплановое) решение задачи</p> <p>4-7 – стандартное решение задачи</p> <p>1-3- задача решена с некоторыми неточностями</p> <p>0-решение неверное или отсутствует</p>

Типовые вопросы к экзамену

1. Основные подходы к определению связей с общественностью.
2. Связи с общественностью, реклама, пропаганда и агитация: общее и особенное. Рациональный и альтруистический подходы к связям с общественностью как направлению профессиональной деятельности.
3. Основные этапы формирования и развития связей с общественностью в Западной Европе и США.
4. Становление института связей с общественностью в России.
5. Роль и значение связей с общественностью в современном мире и гражданском обществе.
6. Особенности построения работы отделов и служб по связям с общественностью в органах государственной и муниципальной власти.
7. Структура пресс служб органов государственной власти, основные направления работы.

8. Опыт и задачи европейских и американских пресс-служб органов государственной власти.
9. Правовые основы деятельности служб связей с общественностью.
10. Медиапланирование как основа деятельности пресс-службы.
11. Виды мероприятий для прессы
12. Виды медиатекстов.
13. Специфика изданий пресс-служб, виды изданий, каналы распространения.
14. Общественное мнение: понятие, уровни, этапы формирования.
15. Роль PR в формировании первичного и типизированного общественного мнения. Механизмы формирования общественного мнения.
16. Характеристика ведущих теорий манипуляций.
17. Технологии манипулирования и защиты от манипуляций.
18. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания.
19. Информационно-аналитическое обеспечение процесса государственного управления пресс-службами.
20. Методология и методика проведения мониторинга.
21. Коммуникационный аудит.
22. Формы и методы мониторинга СМИ.
23. Понятие, структура, функции, особенности и типология имиджа органов власти.
24. Алгоритм формирования имиджа государственной власти. Технологии формирования имиджа власти.
25. Имиджевые стратегии.
26. Медиа-стратегии по формированию позитивного имиджа государственной службы. Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.
27. Коммуникат
28. ивная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями.
29. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях.
30. Способы противодействия негативной информации.
31. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий. Направления деятельности пресс-службы партии.
32. Связи с общественностью в некоммерческом секторе.
33. Фандрейзинг и спонсоринг как технологии работы с общественностью в некоммерческих организациях.
34. Коммуникативные барьеры различных социальных групп.
35. Проблемы межкультурной коммуникации в связях с общественностью в органах власти.

Типовой пример ситуационной задачи (кейса)

«Передача храма»

Ситуация:

В 2016 г. губернатор Петербурга объявил о принятии решения по передаче Исаакиевского собора РПЦ. При этом речь шла о согласовании принятого решения с администрацией президента. Но объявленное решение было очень неоднозначно воспринято общественностью: половина населения решение поддерживала, но большая часть горожан восприняла его как единоличное волюнтаристское и как недопустимое без учета мнения петербуржцев. В городе прошли протестные мероприятия, рейтинг губернатора снизился.

Задание:

Какие действия позволили бы заранее знать возможную негативную реакцию общественности? Какие действия могли бы объяснить общественности готовящиеся решения и убедить гораздо большую часть населения принять их позитивно?

Комментарий

В данном случае кейс не требует обязательного принятия правоты той или иной стороны. Задача состоит именно в том, чтобы проанализировать ситуацию, постараться понять логику обеих сторон, рекомендовать увидеть возможности для компромисса и принятия решений на основе предварительных исследований общественного мнения.

Интерпретация ответов

Варианты ответов

1. «Либеральные» оппоненты должны принять решение, потому что храм должен принадлежать РПЦ. Протесты — шаг в сторону дестабилизации ситуации в стране.

2. Власть допустила ошибку, не проведя широкие публичные дискуссии до принятия решения, приняв его «кулуарно».

3. Студент оценивает поведение участников конфликта как некомпетентное и непрофессиональное. Видит решение данной ситуации в повышении коммуникативных навыков.

Как толковать

Односторонний взгляд, доказывающий, что не проводилось предварительного изучения общественного мнения по этому значимому вопросу. Противники решения восприняли его как игнорирование их мнения. Мнение многочисленных представителей интеллигенции в Петербурге является ключевым.

У любого противостояния всегда две стороны. Неверно возлагать вину на одну сторону. Исследование общественного мнения и профильных экспертов в предварительном порядке провести было бы целесообразно.

Ответ говорит об объективной оценке ситуации, глубоком анализе ее причин. Можно сделать выводы, что студент склонен предупреждать подобные ситуации, нежели решать их. Умеет отделять личное от профессионального.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся».

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета.

Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине, является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой максимально-расчетное количество баллов за семестр составляет 100, из них в рамках дисциплины отводится:

30 баллов - на промежуточную аттестацию

50 баллов - на работу на семинарских занятиях

20 баллов - на посещаемость занятий

В случае если студент в течение семестра не набирает минимальное число баллов, необходимое для сдачи промежуточной аттестации, то он может заработать дополнительные баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины, получив от преподавателя компенсирующие задания.

В случае получения на промежуточной аттестации неудовлетворительной оценки студенту предоставляется право повторной аттестации в срок, установленный для ликвидации академической задолженности по итогам соответствующей сессии.

Обучающийся, набравший в ходе текущего контроля в семестре от 51 до 70 баллов, по его желанию может быть освобожден от промежуточной аттестации.

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой

96-100	отлично	A
86-95	отлично	B
71-85	хорошо	C
61-70	хорошо	D
51-60	удовлетворительно	E

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/«не зачтено»:

от 0 по 50 баллов	«не зачтено»
от 51 по 100 баллов	«зачтено»

Перевод балльных оценок в академические отметки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»

- «Отлично» (A) - от 96 по 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено максимальным числом баллов.

- «Отлично» (B) - от 86 по 95 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

- «Хорошо» (C) - от 71 по 85 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

- «Хорошо» (D) - от 61 по 70 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

- «Удовлетворительно» (E) - от 51 по 60 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий выполнены с ошибками.

Оценка «отлично» выставляется, когда студент владеет навыками планирования, подготовки и осуществления коммуникационных мероприятий и кампаний в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; ведения переговоров, навыками письменной и устной деловой коммуникации, позволяющие решать PR-задачи органов власти; проектирования организационной структуры, осуществляющей PR-активность в органах власти; успешно применяет основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умеет грамотно проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры успешно применяет основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умеет грамотно проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры. Адекватно использует формы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной форме и межкультурной коммуникации на межличностном уровне; Эффективно использует наработки по продвижению комплексных программ оптимизации межкультурного взаимодействия и адаптации мигрантов. Адекватно и полно проанализированы и систематизированы временные условия решения задачи и разработаны общие принципы подготовки графиков ее решения.

4.4 Методические материалы

Экзамен проводится в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность экзамена для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Экзамен не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Экзамен проводится в аудитории, в

которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 45 минут. При явке на экзамен обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время зачета обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающийся должен готовиться к практическим занятиям: прорабатывать лекционный материал, готовить доклады и выступления по темам практического занятия в соответствии с тематическим планом. Для подготовки имеется доступ к электронным правовым базам «Кодекс», «Гарант», «Консультант» в интернет-классе научной библиотеки СЗИУ.

При подготовке к семинарским занятиям полезно конкретизировать вопросы из предложенных в плане семинарского занятия. Если обучающийся хочет рассмотреть вопрос, не входящий в план семинарского занятия, то он должен согласовать это с преподавателем.

Подготовка к выступлению на семинаре должна проводиться на базе нескольких источников. В выступлении должны быть приведены примеры по конкретным проблемам системы государственной и муниципальной службы.

Выступления должны быть предварительно отработаны, чтобы речь выступающего была свободной, не привязанной к тексту.

Подготовка к выступлению с докладом или сообщением должна проводиться на базе нескольких источников. В выступлении должны быть приведены примеры управленческой деятельности в конкретных организациях.

Выступление следует предварительно отработать, чтобы речь выступающего была свободной, не привязанной к тексту.

Полезен разбор практических ситуаций. Материал к занятиям можно подобрать в периодических изданиях научного и прикладного характера, выявляя тот, который имеет отношение к современным управленческим проблемам. Аналитический разбор подобных публикаций помогает пониманию и усвоению теоретического материала, формирует навыки использования различных управленческих подходов, решения стандартных задач, развивает способность к нестандартным решениям.

Представление докладов и сообщений с презентациями развивает навыки структурирования материала, способствует его прочному усвоению.

Выполнение самостоятельных творческих заданий позволит студентам развить и укрепить навыки поиска, оценки, отбора информации, совместной групповой работы. В случае возникновения вопросов, необходимости уточнения или разъяснения задания следует обратиться к преподавателю.

Компенсирующие задания предлагаются студентам для самостоятельной работы индивидуально. Отчеты по самостоятельной работе представляются преподавателю в виде докладов с презентацией, а также могут быть рассмотрены на семинаре при наличии времени. Использование электронной почты позволит сделать взаимодействие студента с преподавателем оперативным. Для допуска к сдаче зачета по дисциплине студенты обязаны выполнить все полученные задания, успешно пройти рубежный контроль.

Во время сессии и в межсессионный период основным видом подготовки являются самостоятельные занятия. Они включают в себя не только подготовку к практическим и семинарским занятиям, но и самоконтроль. Самостоятельный контроль знаний должен проводиться регулярно с помощью вопросов к разделам в учебниках, вопросов к темам лекций, тестовым заданиям в учебниках по темам, проверки знаний основных терминов.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. самостоятельные занятия по усвоению лекционного материала: работа с терминологией, ответы на контрольные вопросы по темам, представленным в разделе 6.1 рабочей программы;
2. изучение учебной литературы;
3. использование Интернет-ресурсов через сайт научной библиотеки и подписные электронные ресурсы СЗИУ;

4. При подготовке к семинарским занятиям полезно конкретизировать вопросы из предложенных в плане семинарского занятия. Если обучающийся хочет рассмотреть вопрос, не входящий в план семинарского занятия, то он должен согласовать это с преподавателем.

Подготовка к выступлению на семинаре должна проводиться на базе нескольких источников. В выступлении должны быть приведены примеры по конкретным проблемам системы государственной и муниципальной службы.

Выступления должны быть предварительно отработаны, чтобы речь выступающего была свободной, не привязанной к тексту.

Полезен разбор практических ситуаций. Материал к занятиям можно подобрать в периодических изданиях научного и прикладного характера, выявляя тот, который имеет отношение к современным управленческим проблемам. Аналитический разбор подобных публикаций помогает пониманию и усвоению теоретического материала, формирует навыки использования различных управленческих подходов, решения стандартных задач, развивает способность к нестандартным решениям.

В процессе обучения учитывается активность на практических занятиях (качество подготовленных докладов, сопровождение докладов презентациями, активность при устном опросе, участии в круглых столах (дискуссии). Решения ситу-

ационных задач (кейсов) выносятся на самостоятельную работу с последующим обсуждением.

Ряд тем курса может быть вынесен преподавателем на самостоятельное изучение, с обсуждением соответствующих вопросов на семинарских занятиях. Поэтому подготовка к промежуточной аттестации и групповой работе на практических занятиях подразумевает самостоятельную работу обучающихся в течение всего семестра по материалам рекомендуемых источников (раздел учебно-методического и информационного обеспечения и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети). При подготовке к аудиторным занятиям студенты должны ознакомиться с соответствующими темами, материал по которым содержится в п.б.1. «Основная литература». При подготовке ответов на контрольные вопросы по теме, а также при выполнении тренировочных заданий по уже пройденной теме, студенты используют рекомендованную в п.б.2 дополнительную литературу.

Рекомендации по подготовке оценочных средств

1. Устный опрос проводится для оценки уровня знаний терминов и понятий, а также для выявления навыков аналитического и системного мышления. Для успешной подготовки к устному опросу студенту следует обратить внимание на основные термины и понятия, а также контрольные вопросы.

2. Доклад-презентация позволяет оценить глубину освоения теоретической информации, содержащейся в учебной и монографической литературе, умение сопоставлять разные источниковедческие подходы, проследить развитие исследований по какой-либо проблеме. При подготовке доклада-презентации следует обратить внимание на основные приемы анализа источников

3. Деловая игра – один из распространенных методов активного обучения, в основе которой лежит имитационная модель реальной профессиональной деятельности. Каждый участник игры в смоделированных условиях наделяется определенной ролью и выполняет заданные действия в соответствии с инструкцией, и в процессе решения заложенных в ситуацию проблем игроки приобретают предметные знания, способствует формированию социально-личностных компетенций студентов вузов: способности и готовности к социальному взаимодействию, к сотрудничеству и разрешению конфликтов, к кооперации с коллегами и работе в коллективе, к толерантности, уважению и принятию другой личности, к социальной мобильности. Приобретаются навыки совместной работы, воспитание ответственности за общее дело, развитие логического и творческого мышления, усиление личностной заинтересованности.

4. Тестирование – Термин «тест» впервые введен американским психологом Джеймсом Кеттеллом в 1890г. «Тест» происходит от английского слова «test» и означает в широком смысле слова испытание, исследование, опыт. В педагогике

чаще всего термин «тест» определяется как система заданий специфической формы, определенного содержания, возрастающей трудности, позволяющая объективно оценить структуру и качественно измерить уровень подготовленности обучающихся.

5. Кейс - анализ конкретных учебных ситуаций (case study) — метод обучения, предназначенный для совершенствования навыков и получения опыта в следующих областях: выявление, отбор и решение проблем; работа с информацией — осмысление значения деталей, описанных в ситуации; анализ и синтез информации и аргументов; работа с предположениями и заключениями; оценка альтернатив; принятие решений; слушание и понимание других людей — навыки групповой работы.

6. Реферат - Реферат (от лат. referre - докладывать, сообщать) - краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу.

Содержание реферата обычно включает в себя:

- введение, в котором обосновывается актуальность выбранной темы;
- основную часть, раскрывающую тему через выделение в ней 3-4 аспектов, которые надо сформулировать как отдельные пункты (главы);
- заключение, где подводятся итоги проделанной автором работы;
- список литературы, в котором должно быть не менее 8-10 наименований.

При написании реферата необходимо пользоваться учебниками, справочной литературой, а также обязательным является использование книг, статей из периодических изданий. Библиографический поиск следует начать со знакомства с литературой, рекомендованной к теме учебного курса, близкой к выбранной теме контрольной работы. Объем реферата должен составлять 10-15 страниц. Содержание основной части реферата предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники.

В заключении излагаются выводы, сделанные студентом в соответствии с целями и задачами, заявленными в исследовании, а также в случае целесообразности, рекомендации, которые вытекают из предмета исследования и могут быть использованы в практике государственного и муниципального управления.

Список использованной литературы и источников включает в себя реально использованную в ходе написания реферата литературу и должен быть оформлена согласно правилам библиографического описания.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.] ; под ред. М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 366 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04540-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://idp.nwipa.ru:2180/bcode/412895> (дата обращения: 24.04.2019).
2. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 267 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://idp.nwipa.ru:2180/bcode/415970> (дата обращения: 24.04.2019)
3. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 337 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://idp.nwipa.ru:2180/bcode/413802> (дата обращения: 24.04.2019).

6.2. Дополнительная литература

1. Герасимов, В. М. Общественное мнение. Ценности и оценки электорального поведения [Электронный ресурс] / В.М. Герасимов, К.А. Иваненко. - Электрон. дан. - Саратов : Вузовское образование, 2015. - 218 с. <http://www.iprbookshop.ru/31701>
2. Горчакова, Валентина Григорьевна. Имидж : искусство и реальность : [учеб. пособие для вузов] / В.Г. Горчакова. - М. : ЮНИТИ, 2014. - 279 с.
3. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академ. бакалавриата [по эконом. направлениям и специальностям / М. М. Васильева и др.] ; под ред. М. М. Васильевой ; Моск. гос. лингвист. ун-т. - М. : Юрайт, 2015. - 495 с.
4. Кучуков Р.А. Теория и практика государственного регулирования экономических и социальных процессов: учеб. пособие для вузов / Р. А. Кучуков ; Финансовая акад. при Правительстве Рос. Федерации. - Изд. 2-е, доп. и перераб. - М.: Экономика, 2010. - 503 с.
5. Пономаренко Е.В. Экономика и финансы общественного сектора (основы теории эффективного государства) / Е. В. Пономаренко, В. А. Исаев; Рос. ун-т Дружбы народов. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 426 с.
6. Экономика общественного сектора: учебник / В. Д. Андрианов и др.; под ред. П. В. Савченко, И. А. Погосова, Е. Н. Жильцова; Ин-т экономики РАН,

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Наименование темы или раздела дисциплины	Вопросы для самопроверки
<p>Тема 1. PR - как социальная технология: история становления и роль в современном обществе</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Связи с общественностью, реклама, пропаганда и агитация: общее и особенное. 2. Рациональный и альтруистический подходы к связям с общественностью как направлению профессиональной деятельности: исторический аспект. 3. Основные этапы формирования и развития связей с общественностью в Западной Европе и США. Становление института связей с общественностью в России.
<p>Тема 2. Организационные структуры информационной и PR-активности органов государственной власти. Правовая и этическая основа PR-деятельности.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности работы европейских и американских пресс-служб органов государственной власти. 2. Основные виды кодексов профессионального поведения специалиста СО (Афинской и Лиссабонский кодексы, кодекс профессиональных стандартов PRSA, декларация профессиональных стандартов PACO).
<p>Тема 3. Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Способы и основные правила общения с прессой. 2. Виды мероприятий для прессы. 3. Виды медиатекстов. 4. Устные PR-тексты. 5. Спичрайтерский текст.
<p>Тема 4. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие общественного мнения. 2. Уровни общественного мнения. 3. Этапы формирования общественного мнения, их характеристика. 5. Характеристика ведущих теорий манипуляций.
<p>Тема 5. Мониторинг социально-политических процессов как основа для принятия политических и управленческих решений.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Методы диагностики социально-политических процессов. 2. Методология и методика проведения мониторинга. 3. Формы и методы мониторинга СМИ. 4. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности. 5. Источники информации о политическом

	объекте.
Тема 6. PR-технологии формирования информационных потоков и создание позитивного имиджа власти.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Имидж государственной власти: структура, функции, особенности и типология. 2. Технологии формирования имиджа власти. 3. Медиа-стратегии по формированию позитивного имиджа государственной службы. 4. Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.
Тема 7. Информационно-коммуникационная деятельность по налаживанию связей государственных учреждений с общественно-политическими организациями.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Традиционные виды информационной работы специалиста по связям с общественностью. 2. Основные понятия и категории политического маркетинга. 3. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. 4. Способы противодействия негативной информации.
Тема 8. Специфика работы служб по связям с общественностью в политических партиях и общественно-политических организациях	<ol style="list-style-type: none"> 1. Роль политических партий в современном обществе. 2. Направления деятельности пресс-службы партии. 3. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации. 4. Виды общественно-политических организаций. 5. Фандрейзинг и спонсоринг как технологии работы с общественностью в некоммерческих организациях.

6.4. Нормативные правовые документы

Не предусмотрены

6.5. Интернет-ресурсы

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

Русскоязычные ресурсы

1. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс» http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
2. Научно-практические статьи по экономике и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова» http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
3. Статьи из журналов и статистических изданий Ист Вью http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76

Англоязычные ресурсы

4. 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.
5. 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.

6.6. Иные источники

1. Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.garweb.ru](http://www.garweb.ru).
2. Правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

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

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами (в том числе для проведения занятий лабораторного типа).
3.	Технические средства обучения: Многофункциональный мультимедийный комплекс в лекционной аудитории; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов.
4.	Персональные компьютеры с доступом к электронному каталогу, полнотекстовым базам, подписным ресурсам и базам данных научной библиотеки СЗИУ РАНХиГС.
5.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.