



МСЧ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

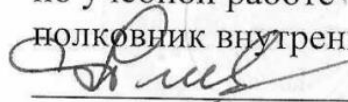
«Уральский институт Государственной противопожарной службы
Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны,
чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий»

Кафедра государственной службы и кадровой политики

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель начальника института
по учебной работе

полковник внутренней службы


А.В. Пешков

«30» августа 2022 г.

**Рабочая (учебная) программа дисциплины
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ**

Направление подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление
(уровень бакалавриата)

Профиль – Управление в кризисных ситуациях

Год начала реализации ОПОП - 2022

Екатеринбург
2022

Составитель:
кандидат социологических наук,
доцент кафедры ГС и КП



Олухов Н.В.

Рассмотрено на заседании кафедры
Государственной службы и кадровой политики
«23» июня 2022 г., протокол № 12

Рассмотрено на заседании президиума методического совета института
«12» июля 2022 г., протокол № 8

Код ООП (ОПОП)	Направление подготовки / специальность	Профиль	Индекс дисциплины по рабочему учебному плану
38.03.04	Государственное и муниципальное управление	Управление в кризисных ситуациях	Б1.О.33

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является ориентирование обучающихся на современные формы и методы поддержания и развития связей государственных и муниципальных структур с целевой общественностью.

Для достижения данной цели предусматривается решение следующих **задач**:

- раскрытие логики развития связей с общественностью в органах власти и управления как основного компонента профессиональной деятельности;
- изучение нормативной правовой базы функционирования PR- и пресс-служб в органах государственной власти;
- ознакомление обучающихся с понятийным аппаратом данной дисциплины, главными положениями теории связей с общественностью в органах государственной власти и управления;
- формирование у обучающихся чёткого представления о принципах, функциях, видах, организации и основных направлениях PR-деятельности государственных и муниципальных органов власти и управления;
- вооружение обучающихся системой знаний об особенностях управления общественными отношениями в различных сферах государственной жизни;
- изучение специфики использования технологий связей с общественностью в кризисных и конфликтных ситуациях;
- выработка практических навыков в области взаимодействия PR-служб органов власти и управления, предприятий и организаций со средствами массовой информации;
- освещение основных вопросов организации и проведения современных PR-кампаний органами государственной власти и управления, использования их результатов при принятии управленческих решений;
- ознакомление с принципами и технологиями профессиональной деятельности специалистов по общественным коммуникациям в органах государственной власти;
- ознакомление с опытом работы государственных PR-служб в различных ветвях и на различных уровнях государственной и местной власти.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЁННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Результат освоения основной образовательной программы	Содержание компетенции	Результат обучения по дисциплине
РО-3.1 Способность использовать основы экономических знаний в профессиональной деятельности.	ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности технологии управления государственными и муниципальными финансами, государственным и муниципальным имуществом, закупками для государственных и муниципальных нужд.	Знает технологии управления государственными и муниципальными финансами, государственным и муниципальным имуществом, закупками для государственных и муниципальных нужд. Умеет применять механизм организации закупок для государственных и муниципальных нужд. Владеет навыками организации закупочных процедур для государственных и муниципальных нужд.
РО-1.1 Способность осуществлять коммуникацию на иностранном и русском языке в устной и письменной форме, осуществлять эффективное деловое общение.	ОПК-7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	Знает специфику осуществления внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций, правила взаимодействия государственных органов власти с гражданами, институтами гражданского общества, средствами массовой информации. Умеет применять правила осуществления внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций, правила взаимодействия государственных органов власти с гражданами, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

		информации. Владеет базовыми приёмами осуществления внутриорганизационные и межведомственных коммуникаций, правила взаимодействия государственных органов власти с гражданами, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.
	ПКо-8 Способность осуществлять деловое общение, участвовать в ведении переговоров, совещаний, осуществлять деловую переписку и поддержку электронных коммуникаций в рамках должностных регламентов и должностных инструкций.	Знает формы и принципы построения делового общения, правила ведения переговоров, совещаний, требований к деловой переписке и поддержке электронных коммуникаций в рамках должностных регламентов и должностных инструкций. Умеет применять формы и принципы построения делового общения, правила ведения переговоров, совещаний, требования к деловой переписке и поддержке электронных коммуникаций в рамках должностных регламентов и должностных инструкций в профессиональной деятельности. Владеет навыками построения делового общения, ведения переговоров, совещаний, реализации требований к деловой переписке и поддержке электронных коммуникаций в рамках должностных регламентов и должностных инструкций.
РО-2.1 Способность применять общие и специальные правовые нормы в профессиональной деятельности,	ПК-8 Способен обеспечивать совершенствование стратегии и концепции открытости органов	Знает стратегии и концепции открытости органов государственной власти, органов местного самоуправления, технологии

демонстрировать навыки правовой культуры.	государственной власти, органов местного самоуправления, поддерживать формирование и продвижение имиджа государственной и муниципальной службы, страны и территории при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами государственного и муниципального управления.	формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, страны и территории при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами государственного и муниципального управления. Умеет использовать технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, страны и территории при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами государственного и муниципального управления. Владеет навыками реализации технологий формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, страны и территории при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами государственного и муниципального управления.
---	---	--

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» относится к обязательной (базовой) части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата).

Пререквизиты	Теория государства и права, Основы управления, Политология, Гражданское общество и права человека, Государственная и муниципальная служба, Информационные технологии в управлении, Социология, Организация предоставления государственных и муниципальных услуг, Основы делопроизводства и документооборота
---------------------	---

	в ГМУ.
Коррективы	Муниципальное право, Этика государственной и муниципальной службы, Региональное и муниципальное управление, Управление в кризисных ситуациях, Принятие управленческих решений в ГМУ, Кадровая работа в органах публичной власти.
Пострективы	Управление проектами, Публичное управление в России и за рубежом, Управление закупками, Государственно-частное партнёрство, Документационное обеспечение органов РСЧС и ГО и муниципальных образований и организаций, Управление изменениями в административной сфере, Государственный надзор в области ГО и ЧС.

4. ОБЪЁМ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Виды работ	ЗЕТ	Количество часов по рабочему учебному плану	
			Форма обучения очная	
			Всего часов	Часов в интерактивной форме
1	Общая трудоёмкость дисциплины	3	108	30
2	Контактная работа обучающихся с преподавателем		50,25	30
3	Самостоятельная работа обучающихся		57,75	

Очная форма обучения

№ темы	№ занятия, тема	Всего часов	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	КСР	КРП	СРП	Зачет	Самостоятельная работа	Экзамен	Зачет с оценкой	Контроль	Количество преподавателей
6 семестр														
1	Роль связей с общественностью в государственной политике РФ													
	1.1.	4	2							2				
	1.2.	5			2					3				
	1.3.	5			2					3				
	Всего часов:	14	2		4					8				
2	Методы и инструменты связей с общественностью в государственных органах власти													
	2.1.	5	2							3				
	2.2.	5			2					3				
	Всего часов:	10	2		2					6				

3	Создание и управление деловой репутацией органов власти с помощью связей с общественностью													
	3.1.	4	2						2					
	3.2.	4			2				2					
	3.2.	4			2				2					
	Всего часов:	12	2		4				6					
4	Кризисное управление в связях с общественностью: основы и принципы													
	4.1.	5	2						3					
	4.2.	5			2				3					
	Всего часов:	10	2		2				6					
5	Эффективная организация мероприятий и применение PR-инструментов для успешного формирования имиджа													
	5.1.	4	2						2					
	5.2.	4			2				2					
	5.2.	4			2				2					
	Всего часов:	12	2		4				6					
6	Этика и профессиональные стандарты связей с общественностью в государственных органах власти													
	6.1.	5	2						3					
	6.2.	5			2				3					
	Всего часов:	10	2		2				6					
7	Работа со СМИ: взаимодействие и влияние на формирование общественного мнения													
	7.1.	5	2						3					
	7.2.	5			2				3					
	Всего часов:	10	2		2				6					
8	Интернет-коммуникации и социальные сети в связях с общественностью государственных органов власти													
	8.1.	3	2						1					
	8.2.	4			2				2					
	8.2.	4			2				2					
	Всего часов:	11	2		4				5					
9	Оценка эффективности связей с общественностью в органах власти через использование аналитических данных													
	9.1.	3	2						1					
	9.2.	4			2				2					
	9.2.	4			2				2					
	Всего часов:	11	2		4				5					
	а) Консультация	2							2					
	б) Зачет	4							0,25	3,75				
	в) КСР	2				2								
	Итого за 6 семестр:	108	18		28	2			2,25	57,75				
	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

Итого по дисциплине:	108	18		28	2			2,25	57,75				
-----------------------------	------------	-----------	--	-----------	----------	--	--	-------------	--------------	--	--	--	--

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Роль связей с общественностью в государственной политике РФ

Структура раздела:

1. Понятие связей с общественностью и их роль в демократическом обществе
2. Исторический обзор развития связей с общественностью в РФ
3. Роль связей с общественностью в государственной политике РФ
4. Практические применения связей с общественностью в современной РФ
5. Перспективы развития и роль связей с общественностью в будущем.

Тема 2. Методы и инструменты связей с общественностью в государственных органах власти

Структура раздела:

1. Основные методы связей с общественностью в государственных органах власти: пресс-релизы, пресс-конференции, интернет-ресурсы, социальные сети и другие.
2. Инструменты связей с общественностью в государственных органах власти: медиа-мониторинг, анализ общественного мнения, опросы, фокус-группы и другие.
3. Примеры успешных кейсов использования методов и инструментов связей с общественностью в государственных органах власти.

Тема 3. Создание и управление деловой репутацией органов власти с помощью связей с общественностью

Структура раздела:

1. Понятие и сущность «деловой репутации». «Деловая репутация» и почему она важна для органов власти. Роль общественности в создании и управлении деловой репутацией.
2. Формирование деловой репутации. Аудит репутации: как оценить имидж органа власти для выявления проблемных зон. Разработка стратегии управления репутацией: выбор целей и задач, определение ключевых аудиторов, разработка коммуникационных каналов.
3. Использование связей с общественностью. Кто такие PR-специалисты и какая у них роль в процессе управления репутацией. Организация пресс-конференций, интервью, выступлений для формирования образа и коммуникации с широкой аудиторией.
4. Измерение эффекта управления деловой репутацией. Оценка результатов связей с общественностью: мониторинг прессы и социальных

сетей, анализ динамики изменений репутации. Корректировка стратегии: ликвидация проблемных зон, развитие положительных направлений.

Тема 4. Кризисное управление в связях с общественностью: основы и принципы

Структура раздела:

1. Кризисное управление и его роль в связях с общественностью.
2. Основные принципы и подходы кризисного управления.
3. Характеристика основных этапов кризисного управления.
4. Коммуникационная стратегия в кризисных ситуациях.

Тема 5. Эффективная организация мероприятий и применение PR-инструментов для успешного формирования имиджа

Структура раздела:

1. Основные принципы эффективной организации мероприятий: важность определения целей, анализа аудитории и выбора правильного формата мероприятия. Основные процессы организации мероприятий: бюджетирование, планирование и реализация, продвижение и оценка результатов.

2. Роль PR-инструментов для успешного формирования имиджа органов власти. Преимущества использования PR-инструментов для организаций власти: повышение доверия, улучшение общественного мнения и принятие важных решений с публичной поддержкой.

3. Методы PR-инструментов для формирования имиджа органов власти: использование СМИ, организация пресс-конференций, мероприятий и кампаний, работа социальных сетей, PR.

4. Ключевые принципы работы с СМИ и организации пресс-конференций: выработка главной идеи для аудитории, составление ясного сообщения, тренинги для спикеров и подготовка информационных материалов.

5. Оценка эффективности использованных PR-инструментов. Практические инструменты для оценки результата PR-кампаний и мероприятий: мониторинг СМИ, опросы аудитории, анализ обратной связи и достижения поставленных целей.

Тема 6. Этика и профессиональные стандарты связей с общественностью в государственных органах власти

Структура раздела:

1. Введение в этику и профессиональные стандарты связей с общественностью в государственных органах власти:

- Определение этики и профессиональных стандартов связей с общественностью.

- Обзор основных принципов этики в государственных органах власти и в области связей с общественностью.

2. Этические стандарты в государственных органах власти:

- Ценности, направленные на служение обществу.

- Соблюдение закона и правил профессиональной деятельности.
- Честность и беспристрастность, открытость и прозрачность.
- Конфиденциальность и защита данных.

3. Профессиональные стандарты связей с общественностью в государственных органах власти:

- Основы связей с общественностью в государственных органах власти.
- Принципы эффективной коммуникации в общественности.
- Разработка медиапланов и проведение мероприятий.

4. Этика и профессиональные стандарты в процессе принятия решений:

- Этические принципы, которые необходимо учитывать при принятии решений.
- Как придерживаться профессиональных стандартов связей с общественностью при принятии решений.
- Разработка честных и объективных коммуникационных стратегий.

Тема 7. Работа со СМИ: взаимодействие и влияние на формирование общественного мнения

Структура раздела:

1. Роль СМИ в современном обществе. Различия между традиционными и новыми медиа.
2. Взаимодействие со СМИ: Понимание средств массовой коммуникации.
3. Влияние медиа на общественное мнение. Отношение к информации, которую публикуют СМИ. Изучение потребностей аудитории.
4. Работа со скандальными новостями. Способы работы со скандальными новостями. Какое влияние на общественное мнение оказывает скандальная новость
5. Важность СМИ в настоящее время. Насколько важны СМИ в современном обществе. Роль СМИ в формировании сознательного общества.

Тема 8. Интернет-коммуникации и социальные сети в связях с общественностью государственных органов власти

Структура раздела:

1. Роль социальных сетей в общественных делах: анализ роли социальных сетей в обращении граждан к органам власти, ответах на поступающие проблемы, улучшении качества услуг.
2. Способы эффективного присутствия государственных органов в социальных сетях: анализ техники, инструментов и подходов к общению граждан в интернете, мониторинг и анализ различных сообществ.
3. Анализ проблемных и успешные истории государственных органов, работающих в интернете: анализ различных государственных организаций, столкнувшихся в интернете с проблемами и объяснением их успешного опыта в решении данной задачи.

4. Рекомендации для наиболее эффективного использования социальных сетей и других форм интернет-коммуникаций государственных органов в области общественных дел.

Тема 9. Оценка эффективности связей с общественностью в органах власти через использование аналитических данных.

Структура раздела:

1. Введение в тему оценки эффективности связей с общественностью в органах власти через использование аналитических данных.

2. Понятие аналитических данных и их значимость в контексте оценки эффективности связей с общественностью. Аналитические данные и как их можно использовать для оценки эффективности связей с общественностью. Описание соответствующих инструментов, методологий, алгоритмов и т.д.

3. Примеры использования аналитических данных для оценки эффективности связей с общественностью в органах власти. Положительные и отрицательные примеры.

4. Рекомендации по использованию аналитических данных для оценки эффективности связей с общественностью в органах власти.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Связи с общественностью в органах власти: методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата) / сост. Н.В. Олухов. – Екатеринбург: Уральский институт Государственной противопожарной службы МЧС России, 2023. [Электронный ресурс].

2. Связи с общественностью в органах власти: методические рекомендации по подготовке к зачёту. Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата) / авт.-сост. Н.В. Олухов. – Екатеринбург: Уральский институт ГПС МЧС России, 2023. [Электронный ресурс].

3. Связи с общественностью в органах власти: методические рекомендации по изучению дисциплины. Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата) / сост. Н.В. Олухов. – Екатеринбург: Уральский институт Государственной противопожарной службы МЧС России, 2023. [Электронный ресурс].

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Уровни формирования компетенций

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности технологии управления государственными и муниципальными финансами, государственным и муниципальным имуществом, закупками для государственных и муниципальных нужд.

Уровни	Оценочные средства
пороговый	Вопросы для самопроверки. Тема 1-9 Зачёт Тест
повышенный	Реферативный доклад. Тема 1-9 Доклад Тест Зачёт

ОПК-7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

Уровни	Оценочные средства
пороговый	Вопросы для самопроверки. Тема 1-9 Зачёт Тест
повышенный	Реферативный доклад. Тема 1-9 Доклад Тест Зачёт

ПК-8 Способность осуществлять деловое общение, участвовать в ведении переговоров, совещаний, осуществлять деловую переписку и поддержку электронных коммуникаций в рамках должностных регламентов и должностных инструкций.

Уровни	Оценочные средства
пороговый	Вопросы для самопроверки. Тема 1-9 Зачёт Тест
повышенный	Реферативный доклад. Тема 1-9 Доклад Тест Зачёт

ПК-8 Способен обеспечивать совершенствование стратегии и концепции открытости органов государственной власти, органов местного самоуправления, поддерживать формирование и продвижение имиджа государственной и муниципальной службы, страны и территории при проведении

коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами государственного и муниципального управления.

Уровни	Оценочные средства
пороговый	Вопросы для самопроверки. Тема 1-9 Зачёт Тест
повышенный	Реферативный доклад. Тема 1-9 Доклад Тест Зачёт

Наполнение фондов оценочных средств для разных видов и форм контроля

1. Текущий контроль успеваемости

1.1 Активные формы контроля

Формы контроля	Наименование темы
Вопросы (темы) для самопроверки	1. Как связи с общественностью влияют на формирование политической сферы в России? 2. Какую роль играют связи с общественностью в поддержке государственного имиджа РФ на международном уровне? 3. Каким образом использование связей с общественностью помогает правительству РФ в контроле за информационным пространством? 4. Как связи с общественностью проявляются в государственном управлении в России? 5. Какое значение имеет эффективность связей с общественностью в создании государственной политики РФ? 6. Какие организации отвечают за связи с общественностью в государственных структурах РФ и каковы их функции? 7. В какой мере связи с общественностью в России соответствуют международным стандартам и требованиям? 8. Какие методы и инструменты используются государственными органами власти для установления связей с общественностью? 9. Как организовывается работа с медиа-каналами и какие инструменты существуют для управления общественным мнением через СМИ? 10. Какие меры принимаются для повышения качества и эффективности коммуникации государственных органов власти и общественности? 11. Каким образом осуществляется работа с социальными сетями и как они используются для взаимодействия с общественностью? 12. Как государственные органы власти работают с блогерами и инфлюенсерами для достижения своих целей и задач? 13. Какие механизмы существуют для измерения эффективности взаимодействия государственных органов с общественностью? 14. Как происходит сбор обратной связи от общественности и как она

	используется для корректировки кампаний и программ государственных органов власти?
15.	Какие инструменты связей с общественностью могут использоваться в создании и управлении деловой репутацией органов власти?
16.	Какую роль играет медиа-стратегия в управлении деловой репутацией органов власти?
17.	Как взаимодействие с общественностью может повлиять на результаты работ органов власти?
18.	Какие компетенции и навыки необходимы специалисту по связям с общественностью для управления деловой репутацией органов власти?
19.	Каким образом различные группы общественности влияют на создание и управление деловой репутацией органов власти?
20.	Какие трудности могут возникать при работе с общественностью при управлении деловой репутацией органов власти?
21.	Как можно оценить эффективность работы по созданию и управлению деловой репутацией органов власти через связи с общественностью?
22.	Что такое кризисное управление в связях с общественностью и какие основы и принципы ему присущи?
23.	Какова роль руководства организации в эффективном кризисном управлении и какие меры они должны принимать?
24.	Какие существуют типы кризисов в связях с общественностью и какие из них наиболее распространены?
25.	Какова роль коммуникаций в кризисном управлении и какие типы коммуникации необходимы в различных ситуациях?
26.	Какие методы сбора информации важны для эффективного кризисного управления в связях с общественностью?
27.	Какие меры можно предпринять, чтобы предотвратить кризис в связях с общественностью?
28.	Какова лучшая стратегия кризисного управления?
29.	Какие PR-инструменты могут быть использованы для эффективной организации мероприятий и формирования имиджа?
30.	Какие шаги необходимо пройти для успешной организации мероприятия с учётом PR-стратегии?
31.	Какие ошибки могут возникнуть при выборе PR-инструментов?
32.	Как использование социальных сетей может повлиять на проведение мероприятия и формирование его имиджа?
33.	Как создать привлекательный контент для PR-акций, связанных с мероприятиями?
34.	Какие методы слежения за реакцией аудитории можно использовать при проведении мероприятий с учётом PR-стратегии?
35.	Какие советы вы можете дать по организации PR-мероприятий для эффективного формирования имиджа?
36.	Какова роль СМИ в формировании общественного мнения?
37.	Какие виды медиа наиболее влиятельны в современном мире и почему?
38.	Каковы причины негативного влияния СМИ на общественное мнение?
39.	Каким образом организации должны сотрудничать со СМИ для достижения своих задач и целей?
40.	Как в цифровую эпоху изменяется взаимодействие между

	организациями и СМИ? 41. Как избежать негативных последствий от публичных выступлений в СМИ? 42. Какие основные правила ведения переговоров со СМИ следует придерживаться? 43. Какие ограничения должны соблюдаться в работе со СМИ? 44. Какие советы можно дать руководителям компаний, чтобы улучшить их взаимодействие со СМИ? 45. Как научиться эффективно использовать СМИ в своих интересах? 46. Каким образом социальные сети могут улучшить коммуникацию между государственными органами власти и населением? 47. Как правительственные организации должны использовать социальные сети для осуществления своей деятельности? 48. Какие инструменты и методы использования социальных сетей следует применять для улучшения социальных коммуникаций? 49. Какие риски и вызовы представляют использование социальных сетей и других онлайн-медиа для оповещения населения об изменениях и новшествах в деятельности государственных органов? 50. Как социальные сети могут помочь в решении проблем общества и повышении эффективности работы государственных органов? 51. Как этические принципы отражены в профессиональных стандартах связей с общественностью в государственных органах власти? 52. Каким образом этические правила регулируют отношения государственных служащих в области связей с общественностью с медиа и другими заинтересованными сторонами? 53. Какие методы и инструменты используются для обеспечения этических принципов в связях с общественностью в государственных органах власти? 54. Какие виды конфликта интересов могут возникать в связях с общественностью в государственных органах власти и как их можно избежать? 55. Какова роль этических стандартов в налаживании доверительных отношений между государственными органами власти и общественностью? 56. Каким образом аналитические данные помогают оценить эффективность связей с общественностью в органах власти? 57. Какие показатели следует использовать при анализе эффективности связей с общественностью? 58. Какие примеры успешной работы с общественностью в органах власти можно привести? 59. Как результаты анализа данных могут повлиять на стратегию связей с общественностью в органах власти? 60. Какие инструменты анализа данных наиболее эффективны для оценки эффективности связей с общественностью в органах власти? 61. Каким образом эффективный анализ данных может улучшить доверие граждан к органам власти? 62. Какие препятствия может создать использование аналитических данных при оценке эффективности связей с общественностью в государственных органах? 63. Какие методы анализа данных следует использовать для оценки качества взаимодействия с общественностью в онлайн-среде? 64. Какие принципы следует соблюдать при использовании
--	---

	аналитических данных в оценке эффективности связей с общественностью в государственных учреждениях? 65. 1 Каким образом сотрудники органов власти могут использовать аналитические данные в повседневной работе по взаимодействию с общественностью?
Работа с документами	Чтение текста учебной литературы, составление опорного конспекта, конспектирование текста, работа со справочной литературой, использование Интернет-ресурсов и пр.
Подготовка презентации	<u>Возможные темы:</u> 1. Роль связей с общественностью в органах власти. 2. Основные принципы связей с общественностью в органах власти. 3. Оценка эффективности работы службы связей с общественностью. 4. Как связи с общественностью влияют на политику органов власти. 5. Связи с общественностью и медиа в органах власти. 6. Интернет-маркетинг в связях с общественностью в органах власти. 7. Оппозиция и связи с общественностью в органах власти. 8. Развитие связей с общественностью в регионах. 9. Политическая реклама как инструмент связей с общественностью в органах власти. 10. Планирование и организация кампаний связей с общественностью в органах власти. 11. Этика в связях с общественностью в органах власти. 12. Кризисное управление в связях с общественностью в органах власти. 13. Сотрудничество с общественными организациями в связях с общественностью в органах власти. 14. Роль государственных структур в развитии связей с общественностью в сфере ЗОЖ. 15. Общественное мнение и связи с общественностью в органах власти. 16. Эффективное использование новых технологий в связях с общественностью в государственных органах. 17. Влияние общественных организаций на формирование общественного мнения о деятельности государственных органов. 18. Роль медиа в формировании общественного восприятия деятельности государственных органов. 19. Этика и принципы работы связанные с общественностью в государственных органах. 20. Использование лоббизма в связях с общественностью для повышения эффективности работы государственных структур.
Отработка навыка написания пресс-релизов	<u>Возможные темы:</u> 1. Новый законопроект: улучшение доступа к здравоохранению в городе/регионе 2. Разработка программы развития инфраструктуры транспорта на ближайшие 5 лет 3. Осуществление строительства нового жилья для нуждающихся семей 4. Запуск программы поддержки начинающих предпринимателей в регионе 5. Создание муниципального центра социального обслуживания населения

	6. Открытие новых рабочих мест в сфере образования и здравоохранения 7. Проведение масштабной благоустройство территорий города/региона 8. Разработка проекта государственной программы по борьбе с наркоманией и алкоголизмом в регионе 9. Новая программа по поддержке талантливой молодёжи в области культуры и искусства 10. Введение нового порядка оказания услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства 11. Реконструкция дорог и мостов в городе/регионе для повышения безопасности дорожного движения 12. Открытие новых детских садов и школ, обновление образовательных программ 13. Развитие экологической культуры граждан в городе/регионе 14. Интернет-портал государственных услуг в городе/регионе 15. Заключительный этап проекта «Чистая городская среда»: что удалось достигнуть и какие будут следующие шаги? 16. Семинар для представителей СМИ о новых трендах в области связей с общественностью и медиа-стратегиях в государственных учреждениях. 17. Открытие новой детской площадки в парке города: совместный проект городских властей и местных жителей. 18. Градостроительная конференция «Мастер-план развития города»: обсуждение перспективных проектов и инвестиционных возможностей. 19. Проект «Моя улица»: общественность помогает выбрать лучший дизайн городского пространства 20. Дискуссия о транспортной стратегии: как совместить экологические и экономические интересы города.
--	--

1.2 Интерактивные формы контроля

Формы контроля	Наполнение фондов оценочных средств
Защита рефератов	1. Актуальность и значимость связи с общественностью в органах власти 2. История связей с общественностью в органах власти 3. Роль связей с общественностью в государственном управлении 4. Организационная структура и функции отдела связей с общественностью 5. Общественное мнение как главный объект PR-деятельности. 6. Исследование общественного мнения и рынка услуг 7. Роль СМИ в связях с общественностью 8. Использование цифровых и интернет-технологий в связях с общественностью 9. Деловое письмо и коммуникация 10. Мастерство письменной коммуникации технической документации 11. Проведение пресс-конференций и мероприятий 12. Типы и особенности коммуникации в условиях пресс-тура и общественно-политических мероприятий 13. Работа с аккредитованными представителями СМИ 14. Понятие «бренд» и его значение в связях с общественностью 15. Стратегии комплексного продвижения бренда 16. Методы и инструменты продвижения бренда

17. Принципы сотрудничества с партнерами по бизнесу
18. Отношения с инвесторами в публичной сфере
19. Основы имиджевого управления в государственных органах
20. Развитие стратегии коммуникаций в публичной сфере
21. Принципы организации и проведения пресс-конференций
22. Использование социальных сетей для связи с общественностью
23. Взаимодействие с журналистами и СМИ
24. Эффективный мониторинг мнений и отзывов об органах власти
25. Работа с кризисными ситуациями в общественной сфере
26. Правовые аспекты связей с общественностью в органах власти
27. Навыки построения доверительных отношений с общественностью
28. Информационная политика в рамках выборов и референдумов
29. Организация общественных слушаний и обратной связи
30. Работа с репутацией в конфликтных ситуациях
31. Принципы работы с интернет-ресурсами
32. Анализ эффективности проведенных мероприятий
33. Культура коммуникаций в государственных органах власти
34. Общие принципы контекстного маркетинга в политической сфере
35. Анализ медиатрафика и формирование стратегии взаимодействия со СМИ
36. Использование инфографики, видео и других визуальных средств коммуникации
37. Планирование и оценка результата коммуникационных кампаний
38. Анализ трендов в сфере коммуникаций и их влияние на решения властных структур
39. Создание и редактирование электронных публикаций и новостных лент
40. Этические аспекты коммуникаций в политической среде

Критерии оценивания реферата:

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

Оценка «хорошо» ставится, если основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

	Оценка «неудовлетворительно» ставится, если тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.
--	--

2. Промежуточная аттестация. По итогам освоения дисциплины проводится зачёт 6 семестр).

Перечень вопросов для проведения зачета в форме теста

1. Что такое связи с общественностью?

- a. Взаимодействие государства с обществом
- b. Отношения между людьми в обществе
- c. Взаимодействие предприятия с обществом
- d. Взаимодействие бизнеса с правительством

2. Какие задачи решают связи с общественностью в органах власти?

- a. Организация PR-кампаний
- b. Управление репутацией правительства
- c. Обеспечение прозрачности деятельности органов власти
- d. Исправление негативной информации

3. Какие инструменты используют связи с общественностью для управления репутацией правительства?

- a. Сми, реклама, интернет-ресурсы
- b. Стаирые методы PR-технологий
- c. Продажа позитивного образа органов власти
- d. Фейковые новости

4. Как связи с общественностью влияют на мнение общественности о правительстве?

- a. Они укрепляют доверие к органам власти
- b. Они манипулируют доверием общественности
- c. Они не имеют влияния на мнение общественности о правительства
- d. Они создают необоснованные убеждения

5. Что такое кризисное PR?

- a. Управление репутацией в условиях кризиса
- b. Опережающее управление репутаций
- c. Продвижение продукта на рынке в условиях кризиса
- d. Разработка стратегии коммуникаций с заинтересованными сторонами

6. Какой тип коммуникационной стратегии используется для достижения определённых целей, связанных с промоушеном продукта или

услуги, таких как увеличение продаж или повышение узнаваемости бренда?

- a. Рекламная стратегия
- b. Стратегия прямого маркетинга
- c. Интегрированная маркетинговая коммуникационная стратегия
- d. Стратегия имиджевой рекламы

7. Какая форма коммуникационной интеграции сочетает в себе PR и рекламу для создания единой целостной кампании?

- a. Интегрированная маркетинговая коммуникационная стратегия
- b. Транснациональная стратегия
- c. Стратегия корпоративной коммуникации
- d. Стратегия стейкхолдерского управления

8. Кто такие стейкхолдеры в контексте связей с общественностью?

- a. Люди или группы, которые могут оказывать влияние на предприятие или организацию
- b. Люди и группы, с которыми взаимодействует предприятие или организация
- c. Люди или группы, которые не имеют отношения к предприятию или организации
- d. Люди и группы, которые работают на предприятии или в организации

9. Какие из перечисленных инструментов PR часто используются в органах власти?

- a. Смм-маркетинг и реклама
- b. Создание пабликов в социальных сетях и email-рассылки
- c. Медийные интервью и пресс-конференции
- d. Рекламные баннеры и брендированные предметы

10. Какая цель PR-мероприятий в государственных органах?

- a. Увеличение прибыли
- b. Увеличение популярности политической партии
- c. Создание позитивного имиджа государственной организации
- d. Привлечение новых клиентов

11. Что такое мониторинг общественного мнения?

- a. Изучение мнения граждан о деятельности государственной организации
- b. Изучение отзывов клиентов на продукцию компании
- c. Изучение отзывов пользователей на сайт организации
- d. Изучение мнения граждан о политической ситуации в стране

12. Что такое SWOT-анализ в общественных связях?

- a. Изучение мнения граждан о деятельности государственной организации
- b. Анализ преимуществ, недостатков, возможностей и угроз организации
- c. Аудиторный анализ всех PR-акций организации
- d. Анализ достижений и отставаний организации от конкурентов

13. Какую цель пресс-конференции прессы как инструмента связей с общественностью может поставить общественная организация?

- a. Объявить о новых проектах
- b. Рассказать о проблемах, стоящих перед организацией
- c. Презентовать новинки товаров
- d. Разоблачить негативные стороны конкурентов

14. Что такое официальное заявление в контексте связей с общественностью?

- a. Пресс-релиз, который размещается на сайте организации
- b. Текст, в котором организация сообщает о своих планах или позиции по определённому вопросу
- c. Ответ на вопросы журналистов на пресс-конференции
- d. Статья, написанная от имени организации в СМИ

15. Какие инструменты связей с общественностью могут использоваться для формирования положительного имиджа органов власти?

- a. Пресс-релизы, интервью, встречи с общественностью
- b. Реклама на теле- и радиовещании, баннеры на улицах и в интернете, рассылка электронных писем
- c. Опросы общественного мнения, проведение социальных и культурных мероприятий, благотворительность
- d. Все вышеперечисленные инструменты подходят для формирования положительного имиджа органов власти.

16. Что такое государственная информационная политика?

- a. Политика государства в области свободного доступа к информации и защиты персональных данных граждан
- b. Политика государства, направленная на формирование и распространение информации, отражающей его позицию и интересы
- c. Совокупность законов и правил, регулирующих деятельность СМИ на территории государства
- d. Система контроля и надзора за деятельностью власти со стороны граждан и СМИ.

17. Какие задачи решает отдел связей с общественностью в государственных органах?

- a. Формирование позитивного имиджа органов власти через СМИ и прямое общение с общественностью
- b. Контроль за надлежащим исполнением законодательства и удовлетворением потребностей граждан
- c. Продвижение конкретных инициатив и решений путём убеждения и формирования мнений общественности
- d. Все вышеперечисленное.

18. Какие инструменты используются для взаимодействия с общественностью в государственных органах?

- a. Пресс-релизы, брифинги, пресс-конференции, социальные сети, сайты, встречи и консультации
- b. Интернет-маркетинг, медийная реклама, телепередачи, наружная реклама, почтовая рассылка
- c. Рукописная корреспонденция, печатные буклеты, брошюры, звонки по телефону, факсимильные сообщения
- d. Телеграф, почтовые голуби, семафоры, громкоговорители

19. Какая из приведённых стратегий коммуникации является наиболее эффективной в сфере связей с общественностью в государственных органах?

- a. Отрицательная стратегия
- b. Нейтральная стратегия
- c. Позитивная стратегия
- d. Стратегия конфликта

20. Какие принципы этики являются важными при работе отдела связей с общественностью в государственных органах?

- a) Принципы открытости и прозрачности
- b) Принципы конфиденциальности и секретности
- c) Принципы экономической эффективности и продуктивности
- d) Принципы политической независимости и непристрастности

21. К какой категории информации относятся данные о работе органов власти и институтов общества?

- a) Коммерческая информация
- b) Открытая информация
- c) Конфиденциальная информация
- d) Персональные данные

22. Какое значение имеет связь с общественностью в органах власти?

- a) Помогает сохранять конфиденциальную информацию
- b) Способствует развитию духа сотрудничества и партнёрства
- c) Снижает эффективность работы персонала
- d) Необходима для обхода законодательства

23. Какую роль играют вопросы общественности в органах власти?

- a) Результативную
- b) Второстепенную

c) Не имеют роли

d) Косвенную

24. Какие ценности являются ключевыми для органов власти при работе со связями с общественностью?

a) Независимость и политический прогресс

b) Надёжность и бережливость

c) Целеустремлённость и мотивация

d) Ответственность и политический диалог

25. Какую роль играют связи с общественностью в органах власти?

a) Повышение эффективности работы органов власти

b) Улучшение имиджа органов власти

c) Обеспечение связи между правительством и обществом

d) Все перечисленное

26. Что такое «кризисная связь» в контексте связей с общественностью?

a) Процесс решения конфликта между органами власти и обществом

b) Процесс сохранения доверия общественности во время кризиса

c) Средства, используемые для предотвращения кризиса

d) Процесс формирования кризисного настроения в обществе

27. Какие средства массовой информации чаще всего используются при проведении мероприятий в рамках связей с общественностью?

a) Телевидение и радио

b) Газеты и журналы

c) Интернет и социальные сети

d) Все перечисленные

28. Какие стратегии могут использоваться при проведении мероприятий связанных с общественностью в органах власти?

a) Установление контактов и диалога с общественностью

b) Использование пластических операций

c) Предоставления информации только определенным группам

d) Ведение запрещённой пропаганды

29. Какой элемент связей с общественностью в органах власти является самым важным для успешного взаимодействия с широкой аудиторией?

a) Использование социальных сетей

b) Организация пресс-конференций

c) Публикация информации в СМИ

d) Организация мероприятий для населения

30. Какую информацию можно передавать общественности с помощью связей с общественностью в органах власти?

- a) Только ту, которая выгодна для власти
- b) Только ту, которая не противоречит законодательству
- c) Только ту, которая не является секретной
- d) Ту, которую можно передать с учётом интересов обеих сторон

31. К какой категории относится взаимодействие власти с общественными организациями в рамках связей с общественностью?

- a) Модульное взаимодействие
- b) Конкурентное взаимодействие
- c) Координирующее взаимодействие
- d) Антагонистическое взаимодействие

32. Какой инструмент лучше всего подходит для общения с общественностью?

- a) Интернет-реклама
- b) Пиар-компания
- c) Социальные сети
- d) Медиа-конференции

33. Какое из ниже перечисленных определений лучше всего описывает понятие «коммуникационный кризис»?

- a. Непредвиденное событие или обстоятельство, приводящее к нарушению плановых операций.
- b. Отрицательная реакция публики на действия компании или организации.
- c. Ответственность, возникающая у руководства при возникновении кризисных ситуаций.
- d. Негативно влияющие факторы, способные испортить репутацию организации.

34. Какое из ниже перечисленных заявлений лучше всего иллюстрирует структуру иерархии в организации?

- a. Работа в команде является ключевым элементом успеха нашей компании.
- b. Наша компания ценит своих сотрудников и всегда стремится обеспечить их благополучие.
- c. Организация имеет иерархическую структуру, которая определяет должности и уровни управления.
- d. Наша компания обладает высокими стандартами качества и старается быть лучшей в своей отрасли.

35. Что означает аббревиатура ЦАП?

- a. Центр анализа политики
- b. Цифровая аналитическая платформа
- c. Центр анализа пресс-релизов

d. Центр анализа практик

36. Какой инструмент взаимодействия с общественностью является наиболее эффективным при проведении голосования и референдума?

- a. Интернет-коммуникации
- b. Прямые трансляции на телевидении
- c. Рассылка писем
- d. Выступления на улицах

37. В каком году была принята Конвенция о защите прав человека и основных свобод в Европе, где были закреплены права на свободу слова, сбор информации и выражение мнения?

- a) 1945 b) 1950 c) 1955 d) 1960

38. Какие виды средств массовой информации являются наиболее популярными для управления связями с общественностью сегодня?

- a) Телевидение
b) Газеты
c) Радио
d) Социальные сети

39. Какая роль прессы в связях с общественностью является наиболее важной для государственных структур?

- a) Сбор и распространение информации
- b) Создание имиджа
- c) Обратная связь
- d) Реклама

40) Какие основные функции выполняют связи с общественностью в органах власти?

- a) Контроль и давление b) Продвижение и маркетинг
c) Информирование и коммуникация d) Обман и манипуляция

41) Как организовать эффективное взаимодействие с общественностью?

- a) Избегать контактов
- b) Общаться только через официальные каналы связи
- c) Разрабатывать систему взаимодействия и вовлекать общественность
- d) Издавать собственные СМИ и контролировать информацию

42) Что такое адвокационная PR деятельность?

- а) Развитие связей с общественностью с целью продвижения личности
- б) Использование медиаинструментов для оказания влияния на законодательный процесс
- в) Работа с влиятельными лицами и средствами массовой информации
- г) Совершенствование правовой системы и защита прав граждан

43) Какой вид связей с общественностью используется в органах власти, если необходимо организовать реакцию на кризисную ситуацию?

- a) Реклама
- b) Связи с инвесторами
- c) Кризисные связи с общественностью
- d) Стимулирование продаж

44) Какое значение имеет понятие «репутация» в сфере связей с общественностью?

- a) Отсутствует значение
- b) Низшее значение
- c) Необходимое значение
- d) Важнейшее значение

45) Какой из следующих приёмов позволяет снизить риск негативного имиджа органов власти?

- a) Скрыть информацию
- b) отсутствие финансов на PR
- c) Извинится перед обществом за произошедшее
- d) Информировать общество обо всех достижениях

46) Как называется процесс формирования мнения об органах власти в обществе?

- a) Информирование
- b) Реклама
- c) Формирование имиджа
- d) Продвижение

47) Какой из следующих факторов НЕ оказывает влияния на процесс формирования имиджа органов власти?

- a) Негативные новости, связанные с деятельностью органов власти
- b) Успешные события и достижения, связанные с деятельностью органов власти
- c) Предвзятость и ложное мнение ряда людей
- d) Принадлежность определённой политической партии

48) Какой принцип является основополагающим для эффективной работы органов власти с общественностью?

- a) Щедрость
- b) Честность
- c) Безопасность
- d) Оптимизм

49. Каким образом органы власти могут использовать связи с общественностью для решения своих задач?

- a. Через создание имиджевых кампаний
- b. Через сбор обратной связи для улучшения качества услуг и решения проблем граждан
- c. Через сотрудничество с независимыми СМИ

d. Все вышеперечисленные пункты

50. Какие методы следует использовать при оценке эффективности стратегии связей с общественностью?

- a. Анализ количества публикаций в СМИ о деятельности органов власти
- b. Измерение роста числа подписчиков в социальных сетях
- c. Измерение доли граждан, которые получили необходимую информацию о деятельности органов власти
- d. Все вышеперечисленные пункты

Перечень вопросов для проведения зачета в форме собеседования

1. Связи с общественностью в органах власти: их сущность и принципы работы
2. Роль связей с общественностью в органах власти: примеры и истории успеха
3. Значение связей с общественностью в работе государственных органов: непосредственные и косвенные выгоды
4. Задачи решаемые связями с общественностью в органах власти: анализ специфики действий и результатов
5. Основные принципы связей с общественностью в органах власти: прозрачность, открытость, эффективность
6. Формы связей с общественностью, применяемые государственными органами: открытые встречи, публичные обсуждения, консультации
7. Приёмы в работе со СМИ: технологии работы с журналистами, ответы на критику и конструктивную критику, распространение информации
8. Мероприятия по улучшению связей с общественностью в государственных органах
9. Методы анализа эффективности работы по связям с общественностью в государственных органах
10. Роль социологических исследований в работе по связям с общественностью
11. Направления развития работы по связям с общественностью в государственных органах
12. Технологии, используемые в связях с общественностью
13. Проблемы, возникающие при работе с общественностью в государственных органах
14. Организация работы с общественностью на муниципальном уровне
15. Институты (структурные подразделения) местных органах власти для работы с общественностью
16. Методы и технологии связи с общественностью в органах власти
17. Принципы успешной работы со СМИ в органах власти
18. Использование социальных сетей для связи с общественностью в органах власти

19. Оценка эффективности работы со СМИ и общественностью в органах власти
20. Использование современных технологий для связей с общественностью в муниципалитетах
21. Преимущества и недостатки связи с общественностью в местных органах власти
22. Важность понимания мнения общественности в органах власти
23. Значение и особенности коммуникации органов власти с общественностью
24. Работа в социальных сетях, а также с отзывами сообщества органов местной власти
25. Взаимодействие муниципальных органов с неправительственными организациями
26. Оценка эффективности связей с общественностью в муниципальных органах власти
27. Основные свойства успешной связи с общественностью в органах власти
28. Значение мониторинга общественного мнения при работе со связями с общественностью
29. Использование информационных инструментов для улучшения работы органов власти со связями с общественностью
30. Анализ методов оценки эффективности связей с общественностью в правительственных органах
31. Роль анализа социальных медиа в оптимизации связей с общественностью в государственных органах
32. Связи с общественностью в формировании имиджа государственных служащих
33. Виды информации, предоставляемые общественности в ходе взаимодействия с правительственными органами
34. Влияние социальных медиа на взаимодействие государственных органов с общественностью
35. Преимущества использования инструментов связей с общественностью в государственных органах для достижения целей взаимодействия с общественностью
36. Ключевые компетенции для специалистов по связям с общественностью в органах власти
37. Особенности работы с кризисными ситуациями в сфере связей с общественностью
38. Различные виды маркетинговой коммуникации, используемые органами власти
39. Влияние информационных технологий на связи с общественностью в органах государственной и муниципальной власти
40. Роль связей с общественностью в органах власти в формировании образа государства

41. Особенности и значение взаимодействия PR-структур с общественными организациями
42. Эффективное взаимодействие органов власти с гражданским обществом
43. Практические навыки для работы в области связей с общественностью в государственных и муниципальных органах
44. Использование современных технологий в связях с общественностью в государственных структурах
45. Оценка эффективности работы служб связей с общественностью в государственных структурах
46. Принципы и инструменты оценки репутации государственных органов при помощи связей с общественностью
47. Профессиональная этика в сфере связей с общественностью в государственных структурах
48. Организация работы со СМИ и обзор основных трендов в сфере PR
49. Влияние использование социальных сетей на репутацию органов власти
50. Развитие системы «обратной связи» органов власти с гражданами

Критерии оценивания и показатели сформированности компетенций для контроля

Критериями оптимального усвоения знаний, умений и навыков при проведении промежуточной аттестации обучающихся (при завершении этапа формирования компетенций) являются объем, системность, осмысленность, прочность и действенность знаний обучающихся.

Показатели оценивания качества устного ответа на экзамене обучающегося при аттестации по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» приведены в следующей таблице:

Показатели для оценки устного ответа на зачёте	Показатели достижения планируемого уровня компетенций	Коды компетенций	Шкала оценивания
- не раскрыто основное содержание учебного материала; – обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; – допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.	обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые комиссией вопросы или затрудняется с ответом.	ОПК-6, ОПК-7, ПКo-8, ПК-8	<i>незачет/ неудовлетворительно</i>

– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; – усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам; – имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, формулировках законов, исправленные после нескольких наводящих вопросов.	обучающийся показывает знание основного материала в объёме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения; не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций.	ОПК-6, ОПК-7, ПКО-8, ПК-8	<i>зачёт/ удовлетворительно</i>
- продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; – в изложении допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа; допущены один – два недочёта при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух недочётов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя	Обучающийся показывает полное знание программного материала, основной и дополнительной литературы; даёт полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности; правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой.	ОПК-6, ОПК-7, ПКО-8, ПК-8	<i>зачёт/ хорошо</i>
- полно раскрыто содержание материала; – материал изложен грамотно, в определённой логической последовательности; – продемонстрировано	Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, знание основной и	ОПК-6, ОПК-7, ПКО-8, ПК-8	<i>зачёт/ отлично</i>

системное и глубокое знание программного материала; – точно используется терминология; – показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; – ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов; – продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; – продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы; - допущены одна – две неточности.	дополнительной литературы; последовательно и чётко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы; уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой.		
---	--	--	--

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.]. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – 495 с. – Серия : Бакалавр. Академический курс.
2. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 190 с. (Высшее образование. Бакалавриат).
3. Мировые информационные ресурсы: учебное пособие для бакалавров /А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. - 3-изд., перераб. и доп. - М.: «Дашков и К», 2016. - 384 с.

8.2. Дополнительная литература

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.
1. Макаркин С.В., Каплан Я.Б., Пустовалова Е.И., Бараковских М.В., Пушкарев А.Г., Кректунов А.А., Тужиков Е.Н. Информационно-пропагандистская работа в сфере деятельности МЧС России: учебное пособие /

под общ. ред. С.В. Макаркина. – Екатеринбург: Уральский институт ГПС МЧС России, 2012.

2. Морозова О.А. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении [Текст]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. Рекомендовано УМО высшего образования / О. А. Морозова, В. В. Лосева, Л. И. Иванова. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2019. - 142 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс).

3. Омельченко Н. А. Этика государственной и муниципальной службы: учебник и практикум для академического бакалавриата. Рекомендовано УМО высшего образования. Допущено Министерством образования и науки РФ / Н. А. Омельченко. - 6-е изд. , перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. – 316 с (гриф).

4. Саак А. Э. Информационные технологии управления: учебник для вузов. Допущено Советом УМО вузов России по образованию в области менеджмента / А. Э. Саак, Е. В. Пахомов, В. Н. Тюшняков. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2013. – 320 с. (гриф).

5. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

6. Федеральный закон Российской Федерации от 7 июля 2003 г. № 126-ФЗ «О связи».

7. Федеральный закон Российской Федерации от 6 октября 1999 г. № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации».

8. Федеральный закон Российской Федерации от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

9. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-І «О средствах массовой информации».

10. Закон Российской Федерации от 21 июля 1993 г. № 5485-1 «О государственной тайне».

11. Концепция государственной информационной политики Российской Федерации (Одобрена на заседании Комитета Государственной Думы по информационной политике и связи 15 октября 1998 г., Одобрена на заседании Постоянной палаты по государственной информационной политике Политического консультативного совета при Президенте Российской Федерации 21 декабря 1998 г.).

9. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Сайт Президента России - www.kremlin.ru.

2. Официальный сервер органов государственной власти РФ - www.gov.ru.

3. Сайт Конституции Российской Федерации - www.constitution.ru
4. Сайт Государственной Думы Федерального Собрания России - www.duma.ru.
5. Ресурсы Министерства РФ по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий <http://www.mchs.gov.ru/>
6. Интернет-портал правовой информации - www.pravo.gov.ru
7. Официальный сайт Правительства Свердловской области – www.midural.ru
8. Сайт Губернатора Свердловской области – www.gubernator96.ru
9. Национальные проекты Российской Федерации <http://government.ru/rugovclassifier/section/2641/>
10. Официальная страница Свердловской области в «ВКонтакте» - <https://vk.com/svo196>
11. Официальная страница Свердловской области в «Одноклассниках» - <https://ok.ru/svo196>
12. Научная электронная библиотека Elibrary // <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

10. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Офисный пакет Microsoft Office.
2. Операционная система Windows.
3. Информационно-справочная система «Гарант» и другое программное обеспечение (при наличии права использования и применения).

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины.
2. Ознакомление с терминами, понятиями с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь.
3. Определение вопросов, терминов, материала, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удаётся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на практическом занятии.
4. Просмотр рекомендуемой литературы.
5. Выполнение заданий для самостоятельной работы.
6. Аккуратное и своевременное ведение рабочей тетради на практических занятиях.

7. При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу.

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного практического и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, включая выполнение и защиту курсовых работ (проектов), самостоятельных работ, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебное место отработки практических навыков.

13. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ В ОСОБЫХ УСЛОВИЯХ

При проведении занятий по дисциплине (модулю) в особых условиях (чрезвычайные ситуации, неблагоприятные эпидемиологические условия, введение военного положение и др.) их реализация осуществляется в соответствии с Положениями института. При необходимости, на основании локальных нормативных актов института, используются учебные и тематические планы по образовательным программам сокращённого обучения на особый период времени.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры философии и гуманитарных наук «_____» _____ 2023 г., протокол №_____

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры ФиГН

№ 13 от 06.07.2023

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочей программе дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» по специальности 38.03.04 Государственное и муниципальное управление на 2023/2024 учебный год

1. В 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ вносятся следующие изменения:

Уровни формирования компетенций

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности технологии управления государственными и муниципальными финансами, государственным и муниципальным имуществом, закупками для государственных и муниципальных нужд.

Уровни	Оценочные средства
пороговый	Вопросы для самопроверки. Устный доклад (№ вопроса: 4-5, 7, 11, 13, 17, 22-28, 29-31, 56-65) Работа с документами Зачёт (устное собеседование) (№ вопроса: 1-6, 8-10, 12, 17, 26-32, 36, 43-46, 50) Зачет (тестовое задание) (№ вопроса: 2-5, 7, 9, 12, 14, 17-18, 22-23, 29-30)
повышенный	Подготовка презентаций. Устный доклад (№ вопроса: 2-3, 5, 9, 12, 14, 16, 20) Написание пресс-релизов (№ вопроса: 1-20) Реферативное задание (№ вопроса: 2-3, 6, 8, 12, 15-18, 24-25, 27, 29, 31-32, 35, 37-38) Зачёт (устное собеседование) (№ вопроса: 1-6, 8-10, 12, 17, 26-32, 36, 43-46, 50) Зачет (тестовое задание) (№ вопроса: 2-5, 7, 9, 12, 14, 17-18, 22-23, 29-30)

ОПК-7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

Уровни	Оценочные средства
пороговый	Вопросы для самопроверки. Устный доклад (№ вопроса: 3, 6, 8-9, 10-12, 14, 18-19, 22-28, 36-45, 51-55, 64) Работа с документами Зачёт (устное собеседование) (№ вопроса: 1-5, 7, 13-14, 18-22, 33-34, 35, 37-42, 48-50)

	Зачет (тестовое задание) (№ вопроса: 1-2, 4, 6, 10-11, 13, 15, 20-22, 25-26, 30)
повышенный	Подготовка презентаций. Устный доклад (№ вопроса: 1, 4-8, 10, 13, 15, 17-18, 20) Написание пресс-релизов (№ вопроса: 1-20) Реферативное задание (№ вопроса: 1-2, 5-7, 13-14, 19-21, 23, 26, 28-29, 33-36, 40) Зачёт (устное собеседование) (№ вопроса: 1-5, 7, 13-14, 18-22, 33-34, 35, 37-42, 48-50) Зачет (тестовое задание) (№ вопроса: 1-2, 4, 6, 10-11, 13, 15, 20-22, 25-26, 30)

ПК-8 Способность осуществлять деловое общение, участвовать в ведении переговоров, совещаний, осуществлять деловую переписку и поддержку электронных коммуникаций в рамках должностных регламентов и должностных инструкций.

Уровни	Оценочные средства
пороговый	Вопросы для самопроверки. Устный доклад (№ вопроса: 3, 7, 9, 11, 14, 17, 18, 20-21, 29-31, 39, 46-50) Работа с документами Зачёт (устное собеседование) (№ вопроса: 14, 16, 23, 33-34, 36, 43, 50) Зачет (тестовое задание) (№ вопроса: 3, 6, 9, 16, 21, 25)
повышенный	Подготовка презентаций. Устный доклад (№ вопроса: 2, 4, 6, 10, 19) Написание пресс-релизов (№ вопроса: 1-20) Реферативное задание (№ вопроса: 4, 9-13, 20-21, 27-28, 30, 39-40) Зачёт (устное собеседование) (№ вопроса: 14, 16, 23, 33-34, 36, 43, 50) Зачет (тестовое задание) (№ вопроса: 3, 6, 9, 16, 21, 25)

ПК-8 Способен обеспечивать совершенствование стратегии и концепции открытости органов государственной власти, органов местного самоуправления, поддерживать формирование и продвижение имиджа государственной и муниципальной службы, страны и территории при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами государственного и муниципального управления.

Уровни	Оценочные средства
пороговый	Вопросы для самопроверки. Устный доклад (№ вопроса: 1-2, 6, 8, 11, 13, 15-17, 32-36, 40, 46-50, 61, 65) Работа с документами Зачёт (устное собеседование) (№ вопроса: 1-5, 11, 15, 24-25, 34-35, 38, 40, 43, 47, 49) Зачет (тестовое задание) (№ вопроса: 1, 3-4, 6-8, 10, 16, 19, 21, 24, 27-30)
повышенный	Подготовка презентаций. Устный доклад (№ вопроса: 2, 4-6, 9, 11, 15, 17, 19-20) Написание пресс-релизов (№ вопроса: 1, 14, 16, 18, 20) Реферативное задание (№ вопроса: 5, 7, 11, 19, 21-22, 27-29, 36, 39-40) Зачёт (устное собеседование) (№ вопроса: 1-5, 11, 15, 24-25, 34-35, 38, 40, 43, 47, 49) Зачет (тестовое задание) (№ вопроса: 1, 3-4, 6-8, 10, 16, 19, 21, 24, 27-30)

Наполнение фондов оценочных средств для разных видов и форм контроля

1. Текущий контроль успеваемости

1.1 Активные формы контроля

Формы контроля	Наименование темы	Оцениваемая (ые) компетенция (и)
Вопросы (темы) для самопроверки. Устный доклад	1. Как связи с общественностью влияют на формирование политической сферы в России? 2. Какую роль играют связи с общественностью в поддержке государственного имиджа РФ на международном уровне? 3. Каким образом использование связей с общественностью помогает правительству РФ в контроле за информационным пространством? 4. Как связи с общественностью проявляются в государственном управлении в России? 5. Какое значение имеет эффективность связей с общественностью в создании государственной политики РФ? 6. Какие организации отвечают за связи с общественностью в государственных структурах РФ и каковы их функции? 7. В какой мере связи с общественностью в России соответствуют международным стандартам и требованиям? 8. Какие методы и инструменты используются государственными органами власти для установления связей с общественностью? 9. Как организовывается работа с медиа-каналами и какие инструменты существуют для управления общественным мнением через СМИ? 10. Какие меры принимаются для повышения качества и эффективности коммуникации государственных органов власти и общественности? 11. Каким образом осуществляется работа с социальными сетями и как они используются для взаимодействия с общественностью? 12. Как государственные органы власти работают с блогерами и инфлюенсерами для достижения своих целей и задач? 13. Какие механизмы существуют для измерения эффективности взаимодействия государственных органов с общественностью? 14. Как происходит сбор обратной связи от общественности и как она используется для корректировки кампаний и программ государственных органов власти? 15. Какие инструменты связей с общественностью могут использоваться в создании и управлении деловой репутацией органов власти? 16. Какую роль играет медиа-стратегия в управлении деловой репутацией органов власти?	ОПК-6 ОПК-7 ПК-8 ПКo-8

	17. Как взаимодействие с общественностью может повлиять на результаты работ органов власти? 18. Какие компетенции и навыки необходимы специалисту по связям с общественностью для управления деловой репутацией органов власти? 19. Каким образом различные группы общественности влияют на создание и управление деловой репутацией органов власти? 20. Какие трудности могут возникать при работе с общественностью при управлении деловой репутацией органов власти? 21. Как можно оценить эффективность работы по созданию и управлению деловой репутацией органов власти через связи с общественностью? 22. Что такое кризисное управление в связях с общественностью и какие основы и принципы ему присущи? 23. Какова роль руководства организации в эффективном кризисном управлении и какие меры они должны принимать? 24. Какие существуют типы кризисов в связях с общественностью и какие из них наиболее распространены? 25. Какова роль коммуникаций в кризисном управлении и какие типы коммуникации необходимы в различных ситуациях? 26. Какие методы сбора информации важны для эффективного кризисного управления в связях с общественностью? 27. Какие меры можно предпринять, чтобы предотвратить кризис в связях с общественностью? 28. Какова лучшая стратегия кризисного управления? 29. Какие PR-инструменты могут быть использованы для эффективной организации мероприятий и формирования имиджа? 30. Какие шаги необходимо пройти для успешной организации мероприятия с учётом PR-стратегии? 31. Какие ошибки могут возникнуть при выборе PR-инструментов? 32. Как использование социальных сетей может повлиять на проведение мероприятия и формирование его имиджа? 33. Как создать привлекательный контент для PR-акций, связанных с мероприятиями? 34. Какие методы слежения за реакцией аудитории можно использовать при проведении мероприятий с учётом PR-стратегии? 35. Какие советы вы можете дать по организации PR-мероприятий для эффективного формирования имиджа? 36. Какова роль СМИ в формировании общественного мнения? 37. Какие виды медиа наиболее влиятельны в современном мире и почему? 38. Каковы причины негативного влияния СМИ на общественное мнение? 39. Каким образом организации должны сотрудничать со	
--	--	--

	СМИ для достижения своих задач и целей? 40. Как в цифровую эпоху изменяется взаимодействие между организациями и СМИ? 41. Как избежать негативных последствий от публичных выступлений в СМИ? 42. Какие основные правила ведения переговоров со СМИ следует придерживаться? 43. Какие ограничения должны соблюдаться в работе со СМИ? 44. Какие советы можно дать руководителям компаний, чтобы улучшить их взаимодействие со СМИ? 45. Как научиться эффективно использовать СМИ в своих интересах? 46. Каким образом социальные сети могут улучшить коммуникацию между государственными органами власти и населением? 47. Как правительственные организации должны использовать социальные сети для осуществления своей деятельности? 48. Какие инструменты и методы использования социальных сетей следует применять для улучшения социальных коммуникаций? 49. Какие риски и вызовы представляют использование социальных сетей и других онлайн-медиа для оповещения населения об изменениях и новшествах в деятельности государственных органов? 50. Как социальные сети могут помочь в решении проблем общества и повышении эффективности работы государственных органов? 51. Как этические принципы отражены в профессиональных стандартах связей с общественностью в государственных органах власти? 52. Каким образом этические правила регулируют отношения государственных служащих в области связей с общественностью с медиа и другими заинтересованными сторонами? 53. Какие методы и инструменты используются для обеспечения этических принципов в связях с общественностью в государственных органах власти? 54. Какие виды конфликта интересов могут возникать в связях с общественностью в государственных органах власти и как их можно избежать? 55. Какова роль этических стандартов в налаживании доверительных отношений между государственными органами власти и общественностью? 56. Каким образом аналитические данные помогают оценить эффективность связей с общественностью в органах власти? 57. Какие показатели следует использовать при анализе эффективности связей с общественностью? 58. Какие примеры успешной работы с общественностью в органах власти можно привести? 59. Как результаты анализа данных могут повлиять на стратегию связей с общественностью в органах власти? 60. Какие инструменты анализа данных наиболее	
--	--	--

	эффективны для оценки эффективности связей с общественностью в органах власти? 61. Каким образом эффективный анализ данных может улучшить доверие граждан к органам власти? 62. Какие препятствия может создать использование аналитических данных при оценке эффективности связей с общественностью в государственных органах? 63. Какие методы анализа данных следует использовать для оценки качества взаимодействия с общественностью в онлайн-среде? 64. Какие принципы следует соблюдать при использовании аналитических данных в оценке эффективности связей с общественностью в государственных учреждениях? 65. Каким образом сотрудники органов власти могут использовать аналитические данные в повседневной работе по взаимодействию с общественностью?	
Работа с документами (НПА)	Чтение текста учебной литературы, составление опорного конспекта, конспектирование текста, работа со справочной литературой, использование Интернет-ресурсов и пр.	ОПК-6 ОПК-7 ПК-8 ПКo-8
Подготовка презентации. Устный доклад	Перечень возможных тем: 1. Роль связей с общественностью в органах власти. 2. Основные принципы связей с общественностью в органах власти. 3. Оценка эффективности работы службы связей с общественностью. 4. Как связи с общественностью влияют на политику органов власти. 5. Связи с общественностью и медиа в органах власти. 6. Интернет-маркетинг в связях с общественностью в органах власти. 7. Оппозиция и связи с общественностью в органах власти. 8. Развитие связей с общественностью в регионах. 9. Политическая реклама как инструмент связей с общественностью в органах власти. 10. Планирование и организация кампаний связей с общественностью в органах власти. 11. Этика в связях с общественностью в органах власти. 12. Кризисное управление в связях с общественностью в органах власти. 13. Сотрудничество с общественными организациями в связях с общественностью в органах власти. 14. Роль государственных структур в развитии связей с общественностью в сфере ЗОЖ. 15. Общественное мнение и связи с общественностью в органах власти. 16. Эффективное использование новых технологий в связях с общественностью в государственных органах. 17. Влияние общественных организаций на формирование общественного мнения о деятельности государственных органов. 18. Роль медиа в формировании общественного	ОПК-6 ОПК-7 ПК-8 ПКo-8

	восприятия деятельности государственных органов. 19. Этика и принципы работы связанные с общественностью в государственных органах. 20. Использование лоббизма в связях с общественностью для повышения эффективности работы государственных структур.	
Отработка навыка написания пресс-релизов	Перечень возможных тем: 1. Новый законопроект: улучшение доступа к здравоохранению в городе/регионе 2. Разработка программы развития инфраструктуры транспорта на ближайшие 5 лет 3. Осуществление строительства нового жилья для нуждающихся семей 4. Запуск программы поддержки начинающих предпринимателей в регионе 5. Создание муниципального центра социального обслуживания населения 6. Открытие новых рабочих мест в сфере образования и здравоохранения 7. Проведение масштабного благоустройства территорий города/региона 8. Разработка проекта государственной программы по борьбе с наркоманией и алкоголизмом в регионе 9. Новая программа по поддержке талантливой молодёжи в области культуры и искусства 10. Введение нового порядка оказания услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства 11. Реконструкция дорог и мостов в городе/регионе для повышения безопасности дорожного движения 12. Открытие новых детских садов и школ, обновление образовательных программ 13. Развитие экологической культуры граждан в городе/регионе 14. Интернет-портал государственных услуг в городе/регионе 15. Заключительный этап проекта «Чистая городская среда»: что удалось достигнуть и какие будут следующие шаги? 16. Семинар для представителей СМИ о новых трендах в области связей с общественностью и медиа-стратегиях в государственных учреждениях. 17. Открытие новой детской площадки в парке города: совместный проект городских властей и местных жителей. 18. Градостроительная конференция «Мастер-план развития города»: обсуждение перспективных проектов и инвестиционных возможностей. 19. Проект «Моя улица»: общественность помогает выбрать лучший дизайн городского пространства 20. Дискуссия о транспортной стратегии: как совместить экологические и экономические интересы города. Вариант задания Напишите информационное сообщение о мероприятиях в рамках празднования 300-летия города Екатеринбурга. Сообщение должно содержать:	ОПК-6 ОПК-7 ПК-8 ПКО-8

	1. Краткую историю города Екатеринбурга и значение его 300-летнего юбилея. 2. Список мероприятий, которые будут проходить в рамках празднования. 3. Даты, время и места проведения каждого мероприятия. 4. Краткое описание каждого мероприятия и его значимости для города. Начало пресс-релиза: «Сегодня Екатеринбург отмечает свой 300-летний юбилей, который стал значимым событием не только для местных жителей, но и для всей страны. В течение трёх веков город Екатеринбург быстро развивался и стал одним из крупнейших центров уральского региона. Его динамический рост и инновационные подходы и стали ключевыми факторами успешного развития города. Наиболее запоминающимися мероприятиями станут...» Задание: далее в соответствии со структурой пресс-релиза необходимо дописать текст сообщения.	
--	---	--

1.2 Интерактивные формы контроля

Формы контроля	Наполнение фондов оценочных средств	Оцениваемая (ые) компетенция (и)
Защита рефератов	1. Актуальность и значимость связи с общественностью в органах власти 2. История связей с общественностью в органах власти 3. Роль связей с общественностью в государственном управлении 4. Организационная структура и функции отдела связей с общественностью 5. Общественное мнение как главный объект PR-деятельности. 6. Исследование общественного мнения и рынка услуг 7. Роль СМИ в связях с общественностью 8. Использование цифровых и интернет-технологий в связях с общественностью 9. Деловое письмо и коммуникация 10. Мастерство письменной коммуникации технической документации 11. Проведение пресс-конференций и мероприятий 12. Типы и особенности коммуникации в условиях пресс-тура и общественно-политических мероприятий 13. Работа с аккредитованными представителями СМИ 14. Понятие «бренд» и его значение в связях с общественностью 15. Стратегии комплексного продвижения бренда 16. Методы и инструменты продвижения бренда 17. Принципы сотрудничества с партнёрами по бизнесу 18. Отношения с инвесторами в публичной сфере 19. Основы имиджевого управления в государственных органах 20. Развитие стратегии коммуникаций в публичной сфере 21. Принципы организации и проведения пресс-конференций	ОПК-6 ОПК-7 ПК-8 ПКО-8

	22. Использование социальных сетей для связи с общественностью 23. Взаимодействие с журналистами и СМИ 24. Эффективный мониторинг мнений и отзывов об органах власти 25. Работа с кризисными ситуациями в общественной сфере 26. Правовые аспекты связей с общественностью в органах власти 27. Навыки построения доверительных отношений с общественностью 28. Информационная политика в рамках выборов и референдумов 29. Организация общественных слушаний и обратной связи 30. Работа с репутацией в конфликтных ситуациях 31. Принципы работы с интернет-ресурсами 32. Анализ эффективности проведённых мероприятий 33. Культура коммуникаций в государственных органах власти 34. Общие принципы контекстного маркетинга в политической сфере 35. Анализ медиатрафика и формирование стратегии взаимодействия со СМИ 36. Использование инфографики, видео и других визуальных средств коммуникации 37. Планирование и оценка результата коммуникационных кампаний 38. Анализ трендов в сфере коммуникаций и их влияние на решения властных структур 39. Создание и редактирование электронных публикаций и новостных лент 40. Этические аспекты коммуникаций в политической среде	
--	---	--

2. Промежуточная аттестация

Примеры форм контроля	Оцениваемая компетенция	Примерные варианты наполнения фондов оценочных средств
Зачет	ОПК-6	Список вопросов для подготовки к зачёту: 1. Технологии, используемые в связях с общественностью 2. Методы и технологии связи с общественностью в органах власти 3. Использование современных технологий в связях с общественностью в государственных структурах 4. Использование современных технологий для связей с общественностью в муниципалитетах
	ОПК-7	Список вопросов для подготовки к зачёту: 1. Связи с общественностью в органах власти: их сущность и принципы работы 2. Роль связей с общественностью в органах власти: примеры и истории успеха 3. Значение связей с общественностью в работе государственных органов: непосредственные и косвенные выгоды 4. Основные принципы связей с общественностью в органах власти: прозрачность, открытость, эффективность

		5. Задачи, решаемые связями с общественностью в органах власти: анализ специфики действий и результатов 6. Формы связей с общественностью, применяемые государственными органами: открытые встречи, публичные обсуждения, консультации 7. Приёмы в работе со СМИ: технологии работы с журналистами, ответы на критику и конструктивную критику, распространение информации 8. Организация работы с общественностью на муниципальном уровне 9. Важность понимания мнения общественности в органах власти 10. Значение и особенности коммуникации органов власти с общественностью 11. Работа в социальных сетях, а также с отзывами сообщества органов местной власти 12. Взаимодействие муниципальных органов с неправительственными организациями 13. Значение мониторинга общественного мнения при работе со связями с общественностью 14. Использование информационных инструментов для улучшения работы органов власти со связями с общественностью 15. Оценка эффективности связей с общественностью в муниципальных органах власти 16. Основные свойства успешной связи с общественностью в органах власти 17. Различные виды маркетинговой коммуникации, используемые органами власти 18. Особенности и значение взаимодействия PR-структур с общественными организациями 19. Эффективное взаимодействие органов власти с гражданским обществом 20. Развитие системы «обратной связи» органов власти с гражданами 21. Оценка эффективности работы служб связей с общественностью в государственных структурах 22. Влияние информационных технологий на связи с общественностью в органах государственной и муниципальной власти 23. Влияние социальных медиа на взаимодействие государственных органов с общественностью
	ПК-8	Список вопросов для подготовки к зачёту: 1. Мероприятия по улучшению связей с общественностью в государственных органах 2. Методы анализа эффективности работы по связям с общественностью в государственных органах 3. Роль социологических исследований в работе по связям с общественностью 4. Направления развития работы по связям с общественностью в государственных органах 5. Проблемы, возникающие при работе с общественностью в государственных органах 6. Институты (структурные подразделения) местных органов власти для работы с общественностью 7. Преимущества и недостатки связи с общественностью в

		местных органах власти 8. Принципы успешной работы со СМИ в органах власти 9. Использование социальных сетей для связи с общественностью в органах власти 10. Оценка эффективности работы со СМИ и общественностью в органах власти 11. Анализ методов оценки эффективности связей с общественностью в правительственных органах 12. Роль анализа социальных медиа в оптимизации связей с общественностью в государственных органах 13. Связи с общественностью в формировании имиджа государственных служащих 14. Роль связей с общественностью в органах власти в формировании образа государства 15. Принципы и инструменты оценки репутации государственных органов при помощи связей с общественностью 16. Влияние использование социальных сетей на репутацию органов власти 17. Организация работы со СМИ и обзор основных трендов в сфере PR
	ПКo-8	Список вопросов для подготовки к зачёту: 1. Виды информации, предоставляемые общественности в ходе взаимодействия с правительственными органами 2. Ключевые компетенции для специалистов по связям с общественностью в органах власти 3. Практические навыки для работы в области связей с общественностью в государственных и муниципальных органах 4. Профессиональная этика в сфере связей с общественностью в государственных структурах 5. Особенности работы с кризисными ситуациями в сфере связей с общественностью 6. Преимущества использования инструментов связей с общественностью в государственных органах для достижения целей взаимодействия с общественностью

Примерный вариант тестов

1. Какое должностное лицо является ответственным за связь с общественностью в органах власти в РФ?

- a) Пресс-секретарь
- b) Генеральный секретарь
- c) Руководитель правительства
- d) Министр информации

Правильный ответ: a)

2. Какие основные функции выполняет отдел связи с общественностью в органах власти?

- a) Информационное обслуживание
- b) Работа с СМИ
- c) Организация информационных мероприятий
- d) Все вышеперечисленное

Правильный ответ: d)

3. Какие методы используются в связи с общественностью для

информационного обслуживания?

- a) Пресс-релизы
- b) Открытые брифинги
- c) Интервью
- d) Всё вышеперечисленное

Правильный ответ: d)

4. Какие принципы работы с СМИ соблюдаются в органах власти?

- a) Прозрачность и достоверность
- b) Частичная информированность
- c) Игнорирование запросов СМИ
- d) Скрытность

Правильный ответ: a)

5. Какие мероприятия организуются для взаимодействия с общественностью в органах власти?

- a) Круглые столы
- b) Онлайн-конференции
- c) Публичные слушания
- d) Все вышеперечисленное

Правильный ответ: d)

6. Какие инструменты использовались для реализации и развития связи с общественностью в РФ?

- a) Интернет и социальные сети
- b) Телевидение и радио
- c) Печатные СМИ
- d) Все вышеперечисленное

Правильный ответ: d)

7. Какие цели преследуются в связях с общественностью в органах власти?

- a) Удовлетворение интересов определённых социальных групп
- b) Обеспечение прозрачности и открытости
- c) Создание тайны и конфиденциальности
- d) Пропаганда политических партий

Правильный ответ: b)

8. Какие предпосылки в России привели к усилению внимания к связям с общественностью в органах власти?

- a) Увеличение роли гражданского общества
- b) Снижение уровня коррупции
- c) Упрощение процесса принятия политических решений
- d) Усиление роли государства

Правильный ответ: a)

9. Какие инструменты используются в связях с общественностью в органах власти?

- a) Гражданские форумы и консультации
- b) Скрытая пропаганда и манипуляции
- c) Ограничение доступа к информации
- d) Отказ от диалога с общественностью

Правильный ответ: a)

10. Какие принципы должны соблюдаться специалистами по связям с общественностью в органах власти?

- a) Принцип секретности
- b) Принцип преследования личных интересов
- c) Принцип открытости и доступности информации
- d) Принцип манипуляции и дезинформации

Правильный ответ: c)

11. Что такое «гражданский контроль» в связях с общественностью в органах власти?

- a) Ограничение прав граждан
- b) Контроль со стороны негосударственных организаций и общественности
- c) Распространение политической пропаганды во время выборов
- d) Отказ от диалога с гражданами

Правильный ответ: b)

12. Назовите одну из основных функций отдела по связям с общественностью в органах власти?

- a) Подготовка протокола заседания;
- b) Разработка и реализация планов пропаганды;
- c) Проведение переговоров с иностранными делегациями;
- d) Координация мероприятий для прессы и общественности.

Правильный ответ: d)

13. Какая информация является открытой и должна быть предоставлена общественности в органах власти?

- a) Права и обязанности госслужащих;
- b) Персональные данные госслужащих;
- c) Переговоры и принимаемые решения;
- d) Государственные тайны.

Правильный ответ: a)

14. Какие инструменты связей с общественностью чаще всего используются органами власти?

- a) Пресс-релизы и пресс-конференции;
- b) Рекламные ролики и плакаты;
- c) Рассылка SMS-уведомлений;
- d) Общение в социальных сетях.

Правильный ответ: a)

15. Что такое «пул журналистов» в контексте связей с общественностью?

a) Специальный журналистский клуб, занимающийся анализом работы органов власти;

b) Группа журналистов, аккредитованных для освещения конкретных событий;

c) Сеть журналистов, работающих на конкретного политического деятеля;

d) Организация, занимающаяся распространением пропагандистских материалов.

Правильный ответ: b)

16. Какова роль связей с общественностью в формировании образа органов власти?

- a) Распространение мнений и предпочтений политических деятелей;

- b) Контроль и остановка общественного мнения;
- c) Привлечение внимания и создание положительного впечатления;
- d) Манипуляция информацией.

Правильный ответ: c)

17. Перечислите основные принципы, которые должны соблюдаться в работе отдела по связям с общественностью?

- a) Истина, открытость, этика;
- b) Секретность, манипуляция, пропаганда;
- c) Контроль, цензура, сдерживание информации;
- d) Манипуляция, контроль, секретность.

Правильный ответ: a)

18. Какие из перечисленных органов власти в РФ имеют связи с общественностью?

- a) Министерства
- b) Суды
- c) Прокуратура
- d) Федеральные службы

Правильный ответ: все перечисленные варианты

19. Какой орган власти в РФ отвечает за регулирование сферы связей с общественностью?

- a) МВД
- b) Генеральная прокуратура
- c) Министерство культуры
- d) Министерство связи и массовых коммуникаций

Правильный ответ: d)

20. Назовите главную цель взаимодействия органов власти в с общественностью?

- a) Повышение прозрачности работы
- b) Укрепление доверия общества к властным структурам
- c) Получение обратной связи от общества
- d) Развитие диалога и сотрудничества с гражданами

Правильный ответ: все перечисленные варианты

21. К видам обращений НЕ относится:

- 1) предложение;
- 2) заявление;
- 3) жалоба;
- 4) просьба.

Правильный ответ: 4)

22. Какое определение соответствует понятию «агитация»?

- 1) открытое распространение информации для формирования общественного мнения;
- 2) давление или воздействие на парламентариев и чиновников с целью добиться решения, удобного определённой группе лиц;
- 3) политическая деятельность с использованием любых каналов информации с целью побудить к какой-либо деятельности;
- 4) оплачиваемое распространение персонифицированной информации.

Правильный ответ: 3)

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

- 1) не входят
- 2) входят
- 3) частично входят
- 4) частично не входят

Правильный ответ: 1)

24. Предельный срок рассмотрения письменного обращения составляет:

- 1) 10 дней со дня регистрации;
- 2) 30 дней со дня регистрации;
- 3) 60 дней со дня регистрации;
- 4) 90 дней со дня регистрации.

Правильный ответ: 2)

25. В виде пресс-релизов распространяется в основном информация...

- 1) аналитическая;
- 2) рекламная;
- 3) новостная;
- 4) справочная.

Правильный ответ: 3)

26. В основе событийного PR лежит...

- 1) новость
- 2) забытое событие
- 3) черный PR
- 4) сенсация

Правильный ответ: 4)

27. Формой участия граждан в местном самоуправлении НЕ является...

- 1) местный референдум;
- 2) сход граждан;
- 3) выборы главы субъекта Федерации;
- 4) публичные слушания.

Правильный ответ: 3)

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

- 1) высокой общественной репутации
- 2) низкого уровня общественного сознания
- 3) высокого общественного порицания
- 4) высокого уровня общественного сознания

Правильный ответ: 1)

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

- 1) организация выборов, работа с кандидатами
- 2) организация подлинных мероприятий, учёт предложений
- 3) организация общественной экспертизы нормативных правовых актов органов власти, рассмотрение предложений
- 4) организация специальных мероприятий, учёт предложений

Правильный ответ: 3)

30. Стратегическим процессом коммуникации, которая строит

взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:

- 1) связи с органами власти
- 2) разведывательная деятельность
- 3) связи с общественностью
- 4) политические связи

Правильный ответ: 3)

Критерии оценивания

1. Критерии оценки работы с документами (НПА).

1. Качество выполнения работы с документами, включая точность и аккуратность в заполнении, оформлении, хранении и передаче документов.

2. Ознакомление с нормативно-правовой базой, связанной с документами (НПА), и умение её применять при работе с документами.

3. Умение грамотно оформлять, собирать, проверять и отправлять документы, включая необходимость использования электронных средств связи и почты.

4. Корректность и этичность работы с документами, включая умение обращаться с конфиденциальной информацией и соблюдение требований законодательства о защите персональных данных.

5. Стилль и ясность изложения информации в документах, включая понятность текста, корректность грамматики и орфографии.

Оценка **«отлично»** может быть ставится в случае, если выполнение работы с документами прошло на высоком уровне во всех пунктах оценки.

Оценка **«хорошо»** может быть поставлена, если выполнение работы было аккуратным, точным, соблюдались требования законодательства и грамотно оформлялись документы, однако некоторые из ожидаемых критериев не были выполнены на высоком уровне.

Оценка **«удовлетворительно»** может быть присвоена, если работа была выполнена, но не все требования были выполнены на высоком уровне, т.е. есть некоторые проблемы в заполнении документов, хранении или других сферах.

Оценка **«неудовлетворительно»** может быть поставлена, если работа была выполнена неправильно, скомпрометировала конфиденциальность, повлекла ошибки во время заполнения или оформления документов, или нарушала требования законодательства.

2. Критерии оценки реферативной работы.

1. Содержание: Оценка **«отлично»** ставится за пресс-релизы, которые содержат все необходимые сведения и точную информацию. Оценка **«хорошо»** ставится за пресс-релизы, в которых содержатся все необходимые сведения, но информация не всегда точна. Оценка **«удовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, в которых содержится только частичная информация и некоторые сведения не точны. Оценка **«неудовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, в которых содержится мало информации или информация ошибочна.

2. Тон и стиль: Оценка **«отлично»** ставится за пресс-релизы, которые имеют логичную структуру и тон грамотный, профессиональный. Оценка **«хорошо»** ставится за пресс-релизы, в которых стиль и тон несколько неоднозначны, но имеют логическую структуру. Оценка **«удовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, в

которых стиль и тон неоднозначны, изложение не всегда логично и последовательно. Оценка **«неудовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, в которых стиль и тон не подходят для профессионального документа.

3. Оформление: Оценка **«отлично»** ставится за пресс-релизы, которые оформлены правильно и легко читаются. Оценка **«хорошо»** ставится за пресс-релизы, в которых есть некоторые ошибки в оформлении, но документ все ещё читаем и понятен. Оценка **«удовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, которые содержат множество ошибок в оформлении и усложнены из-за этого. Оценка **«неудовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, которые очень трудно читать из-за многочисленных ошибок в оформлении.

3. Шкала оценивания результатов и критерии выставления оценок за устный ответ.

«Отлично» ставится, если обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно излагает, приводит примеры, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, не допускает ошибок.

«Хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных ошибок в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, допускает неточности в ответе.

«Удовлетворительно» ставится, если обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, не совсем правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

«Неудовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка **«2»** отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

4. Шкала оценивания результатов и критерии выставления оценок по тестовым заданиям.

«Отлично» – если правильность ответов составляет 85-100 %.

«Хорошо» – если правильность ответов составляет 70-84 %.

«Удовлетворительно» – если правильность ответов составляет 51-69 %.

«Неудовлетворительно» – если правильность ответов составляет 50 % и менее.

5. Шкала оценивания результатов выполнения контрольных работ.

«Отлично» – если обучающийся дал полное и правильное решение задач (заданий) контрольной работы.

«Хорошо» – если обучающийся при выполнении задач (заданий) контрольной работы допустил неточности в расчетах, формулировках.

«Удовлетворительно» – если обучающийся представил неполное решение задач (заданий), допустил грубые ошибки, или не полностью решил задачи (задания).

«Неудовлетворительно» – если обучающийся представил последовательность решения задач (заданий), но решение оказалось неправильным.

2. В п. 8 ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ вносятся следующие изменения:

7.1. Основная литература

1. Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова. — Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2021. — 163 с. — Текст: электронный // Лань: ЭБС. — URL: <https://e.lanbook.com/book/191396>

2. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата. Рекомендовано УМО высшего образования / ред. М. М. Васильева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2017. - 366 с. (гриф), 20 экз.

7.2. Дополнительная литература

1. Конституция Российской Федерации // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 24.04.2020) // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)

3. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)

4. Брянцев, И. И. Этика государственной и муниципальной службы: учебное пособие / И. И. Брянцев, А. А. Гребенникова. — Саратов: Вузовское образование, 2019. — 85 с. — ISBN 978-5-4487-0498-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82668.html>

5. Варакин, В. С. Информационно-коммуникационное пространство современного общества: учебнометодическое пособие / В. С. Варакин. — Архангельск: САФУ, 2019. — 94 с. — Текст: электронный // Лань: ЭБС. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161881>

6. Граничин О.Н. Информационные технологии в управлении: учебное пособие / Граничин О.Н., Кияев В.И. — Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 400 с. — ISBN 978-5-4497-0319-4. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89437>

7. Информационно-пропагандистская работа в сфере деятельности МЧС России: учебное пособие. Допущено МЧС России / Я. Б. Каплан [и др.]. - Екатеринбург: УрИ ГПС МЧС России, 2018. - 167 с., 95 экз.

8. Ионова, А. И. Этика и культура государственного управления: учеб. пособие / А. И. Ионова, А. Н. Аверин; под общей ред. Г. В. Атаманчука. - М: Флинта, 2006. - 176 с.

9. Овсянникова, О. А. Этика государственной службы и государственного служащего: учебное пособие для вузов / О. А. Овсянникова. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2023. — 280 с. — ISBN 978-5-507-45401-3. — Текст: электронный // Лань: ЭБС. — URL: <https://e.lanbook.com/book/267380>

10. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)

11. Федеральный закон Российской Федерации от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)

12. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-I «О средствах массовой информации» // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)

13. Концепция государственной информационной политики Российской Федерации (Одобрена на заседании Комитета Государственной Думы по информационной политике и связи 15 октября 1998 г., Одобрена на заседании Постоянной палаты по государственной информационной политике Политического консультативного совета при Президенте Российской Федерации 21 декабря 1998 г.) // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023) — ЭБС «IPRbooks».

Составитель:

Доцент кафедры
философии и гуманитарных наук,
кандидат социологических наук



Олухов Н.В.

06.07.2023

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры ФиГН
№ 11 от 15.07.2024

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочей программе дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» по специальности 38.03.04 Государственное и муниципальное управление в 2024/2025 учебном году

1. В п. 4 **ОБЪЁМ ДИСЦИПЛИНЫ** вносятся следующие изменения:

Таблица 4.1

№ п/п	Виды работ	ЗЕТ	Количество часов по рабочему учебному плану			
			Форма обучения очная		Форма обучения заочная	
			Всего часов	Часов в интерактивной форме	Всего часов	Часов в интерактивной форме
1	Общая трудоёмкость дисциплины	2	108	-	108	-
2	Контактная работа обучающихся с преподавателем		36,25	20	8,25	4
3	Самостоятельная работа обучающихся		71,75	-	99,75	-

Очная форма обучения

Таблица 4.3

№ п/п	Наименование разделов и тем	Трудоёмкость освоения тем дисциплины, ч										
		Общая	Кол-во часов						Формы контроля			Самостоятельная работа
			Всего	Лекции	Лабораторные	Практические (семинарские) занятия	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Контроль самостоятельной работы	Экзамены	Зачеты	Курсовая работа (проект)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Государственная информационная политика Российской Федерации и её влияние на деятельность PR-	12	4	2		2						8

	служб											
	<i>в т.ч. часов в инт. форме</i>					2						
2	Основы деятельности PR-служб в органах государственной власти и управления на федеральном и региональном уровне	12	4	2		2						8
	<i>т.ч. часов в инт. форме</i>					2						
3	Инструменты деятельности PR-служб	18	6	2		4						12
	<i>т.ч. часов в инт. форме</i>					4						
4	Информационно-аналитическое обеспечение и планирование деятельности PR-служб	18	6	2		4						12
	<i>т.ч. часов в инт. форме</i>					2						
5	Взаимодействие структур государственной власти и общественных объединений в России	18	6	2		4						12
	<i>т.ч. часов в инт. форме</i>					2						
6	Работа PR-служб органов государственной власти и управления в различных сферах деятельности	18	6	2		4						12
	<i>т.ч. часов в инт. форме</i>					2						
	КСР	2						2				
	Консультация	2							2			
	Контроль (зачет)	4							0,25			3,75
	Итого по дисциплине	108	12			20		2	2,25			71,75
	<i>в т.ч. часов в инт. форме</i>					20						

2. В п. 7 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ вносятся следующие изменения:

Наполнение фондов оценочных средств для разных видов и форм контроля

1. Текущий контроль успеваемости

1.1 Активные формы контроля

Формы контроля	Наименование темы	Оцениваемая (ые) компетенция (и)
Вопросы (темы) для самопроверки. Устный доклад	1. Как связи с общественностью влияют на формирование политической сферы в России? 2. Какую роль играют связи с общественностью в поддержке государственного имиджа РФ на международном уровне? 3. Каким образом использование связей с общественностью помогает правительству РФ в контроле за информационным пространством?	ОПК-7

	4. Как связи с общественностью проявляются в государственном управлении в России? 5. Какое значение имеет эффективность связей с общественностью в создании государственной политики РФ? 6. Какие организации отвечают за связи с общественностью в государственных структурах РФ и каковы их функции? 7. Какие методы и инструменты используются государственными органами власти для установления связей с общественностью? 8. Как организовывается работа с медиа-каналами и какие инструменты существуют для управления общественным мнением через СМИ? 9. Какие меры принимаются для повышения качества и эффективности коммуникации государственных органов власти и общественности? 10. Каким образом осуществляется работа с социальными сетями и как они используются для взаимодействия с общественностью? 11. Какие инструменты связей с общественностью могут использоваться в создании и управлении деловой репутацией органов власти? 12. Какую роль играет медиа-стратегия в управлении деловой репутацией органов власти? 13. Какие трудности могут возникать при работе с общественностью при управлении деловой репутацией органов власти?	
	14. Как государственные органы власти работают с блогерами и инфлюенсерами для достижения своих целей и задач? 15. Какие механизмы существуют для измерения эффективности взаимодействия государственных органов с общественностью? 16. Как происходит сбор обратной связи от общественности и как она используется для корректировки кампаний и программ государственных органов власти? 17. Как взаимодействие с общественностью может повлиять на результаты работ органов власти? 18. Какие компетенции и навыки необходимы специалисту по связям с общественностью для управления деловой репутацией органов власти? 19. Каким образом различные группы общественности влияют на создание и управление деловой репутацией органов власти? 20. Какие методы сбора информации важны для эффективного кризисного управления в связях с общественностью? 21. Какие ошибки могут возникнуть при выборе PR-инструментов? 22. Как использование социальных сетей может повлиять на проведение мероприятия и формирование его имиджа? 23. Как создать привлекательный контент для PR-акций,	ПК-8

	связанных с мероприятиями? 24. Какие методы слежения за реакцией аудитории можно использовать при проведении мероприятий с учётом PR-стратегии? 25. Какие советы вы можете дать по организации PR-мероприятий для эффективного формирования имиджа? 26. Какова роль СМИ в формировании общественного мнения? 27. Какие виды медиа наиболее влиятельны в современном мире и почему? 28. Каковы причины негативного влияния СМИ на общественное мнение?	
	29. Какова роль руководства организации в эффективном кризисном управлении и какие меры они должны принимать? 30. Какие существуют типы кризисов в связях с общественностью и какие из них наиболее распространены? 31. Какова роль коммуникаций в кризисном управлении и какие типы коммуникации необходимы в различных ситуациях? 32. Каким образом организации должны сотрудничать со СМИ для достижения своих задач и целей? 33. Как в цифровую эпоху изменяется взаимодействие между организациями и СМИ? 34. Как избежать негативных последствий от публичных выступлений в СМИ? 35. Какие основные правила ведения переговоров со СМИ следует придерживаться? 36. Какие ограничения должны соблюдаться в работе со СМИ? 37. Какие советы можно дать руководителям компаний, чтобы улучшить их взаимодействие со СМИ? 38. Каким образом социальные сети могут улучшить коммуникацию между государственными органами власти и населением? 39. Как правительственные организации должны использовать социальные сети для осуществления своей деятельности? 40. Какие риски и вызовы представляют использование социальных сетей и других онлайн-медиа для оповещения населения об изменениях и новшествах в деятельности государственных органов? 41. Как этические принципы отражены в профессиональных стандартах связей с общественностью в государственных органах власти? 42. Каким образом этические правила регулируют отношения государственных служащих в области связей с общественностью с медиа и другими заинтересованными сторонами? 43. Какие методы и инструменты используются для обеспечения этических принципов в связях с общественностью в государственных органах власти? 44. Какие виды конфликта интересов могут возникать в	ПКo-8

	связях с общественностью в государственных органах власти и как их можно избежать? 45. Какова роль этических стандартов в налаживании доверительных отношений между государственными органами власти и общественностью? 46. Какие инструменты анализа данных наиболее эффективны для оценки эффективности связей с общественностью в органах власти? 47. Каким образом эффективный анализ данных может улучшить доверие граждан к органам власти? 48. Какие препятствия может создать использование аналитических данных при оценке эффективности связей с общественностью в государственных органах? 49. Какие методы анализа данных следует использовать для оценки качества взаимодействия с общественностью в онлайн-среде? 50. Какие принципы следует соблюдать при использовании аналитических данных в оценке эффективности связей с общественностью в государственных учреждениях? 51. Каким образом сотрудники органов власти могут использовать аналитические данные в повседневной работе по взаимодействию с общественностью?	
	52. В какой мере связи с общественностью в России соответствуют международным стандартам и требованиям? 53. Что такое кризисное управление в связях с общественностью и какие основы и принципы ему присущи? 54. Как можно оценить эффективность работы по созданию и управлению деловой репутацией органов власти через связи с общественностью? 55. Как социальные сети могут помочь в решении проблем общества и повышении эффективности работы государственных органов? 56. Какие меры можно предпринять, чтобы предотвратить кризис в связях с общественностью? 57. Какова лучшая стратегия кризисного управления? 58. Какие PR-инструменты могут быть использованы для эффективной организации мероприятий и формирования имиджа? 59. Какие шаги необходимо пройти для успешной организации мероприятия с учётом PR-стратегии? 60. Как научиться эффективно использовать СМИ в своих интересах? 61. Каким образом аналитические данные помогают оценить эффективность связей с общественностью в органах власти? 62. Какие показатели следует использовать при анализе эффективности связей с общественностью? 63. Какие примеры успешной работы с общественностью в органах власти можно привести? 64. Как результаты анализа данных могут повлиять на стратегию связей с общественностью в органах власти?	ОПК-6

	65. Какие инструменты и методы использования социальных сетей следует применять для улучшения социальных коммуникаций?	
Работа с документами (НПА)	Чтение текста учебной литературы, составление опорного конспекта, конспектирование текста, работа со справочной литературой, использование Интернет-ресурсов и пр.	ПК-8
Подготовка презентации. Устный доклад	Перечень возможных тем: 1. Роль связей с общественностью в органах власти. 2. Основные принципы связей с общественностью в органах власти. 3. Как связи с общественностью влияют на политику органов власти. 4. Связи с общественностью и медиа в органах власти. 5. Эффективное использование новых технологий в связях с общественностью в государственных органах. 6. Влияние общественных организаций на формирование общественного мнения о деятельности государственных органов. 7. Роль медиа в формировании общественного восприятия деятельности государственных органов. 8. Этика и принципы работы, связанные с общественностью в государственных органах. 9. Использование лоббизма в связях с общественностью для повышения эффективности работы государственных структур.	ПКo-8
	10. Политическая реклама как инструмент связей с общественностью в органах власти. 11. Этика в связях с общественностью в органах власти. 12. Кризисное управление в связях с общественностью в органах власти. 13. Сотрудничество с общественными организациями в связях с общественностью в органах власти.	ОПК-7
	14. Оппозиция и связи с общественностью в органах власти. 15. Развитие связей с общественностью в регионах. 16. Роль государственных структур в развитии связей с общественностью в сфере ЗОЖ. 17. Общественное мнение и связи с общественностью в органах власти.	ПК-8
	18. Планирование и организация кампаний связей с общественностью в органах власти. 19. Оценка эффективности работы службы связей с общественностью. 20. Интернет-маркетинг в связях с общественностью в органах власти.	ОПК-6
Отработка навыка написания	Перечень возможных тем: 1. Новый законопроект: улучшение доступа к здравоохранению в городе/регионе	ПК-8

пресс-релизов	2. Разработка программы развития инфраструктуры транспорта на ближайшие 5 лет 3. Осуществление строительства нового жилья для нуждающихся семей 4. Запуск программы поддержки начинающих предпринимателей в регионе 5. Создание муниципального центра социального обслуживания населения 6. Открытие новых рабочих мест в сфере образования и здравоохранения 7. Проведение масштабного благоустройства территорий города/региона	
	9. Новая программа по поддержке талантливой молодёжи в области культуры и искусства 10. Введение нового порядка оказания услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства 11. Реконструкция дорог и мостов в городе/регионе для повышения безопасности дорожного движения 12. Открытие новых детских садов и школ, обновление образовательных программ 13. Развитие экологической культуры граждан в городе/регионе 14. Разработка проекта государственной программы по борьбе с наркоманией и алкоголизмом в регионе 15. Интернет-портал государственных услуг в городе/регионе 16. Заключительный этап проекта «Чистая городская среда»: что удалось достигнуть и какие будут следующие шаги?	ОПК-7
	17. Семинар для представителей СМИ о новых трендах в области связей с общественностью и медиа-стратегиях в государственных учреждениях. 18. Открытие новой детской площадки в парке города: совместный проект городских властей и местных жителей. 19. Градостроительная конференция «Мастер-план развития города»: обсуждение перспективных проектов и инвестиционных возможностей. 20. Проект «Моя улица»: общественность помогает выбрать лучший дизайн городского пространства 21. Дискуссия о транспортной стратегии: как совместить экологические и экономические интересы города.	ПКo-8
	Вариант задания Напишите информационное сообщение о мероприятиях в рамках празднования 300-летия города Екатеринбурга. Сообщение должно содержать: 1. Краткую историю города Екатеринбурга и значение его 300-летнего юбилея. 2. Список мероприятий, которые будут проходить в рамках празднования. 3. Даты, время и места проведения каждого мероприятия. 4. Краткое описание каждого мероприятия и его значимости для города. Начало пресс-релиза: «Сегодня Екатеринбург отмечает свой 300-летний юбилей, который стал значимым событием не только для местных жителей, но и для всей страны.	

	В течение трёх веков город Екатеринбург быстро развивался и стал одним из крупнейших центров уральского региона. Его динамический рост и инновационные подходы и стали ключевыми факторами успешного развития города. Наиболее запоминающимися мероприятиями станут...» Задание: далее в соответствии со структурой пресс-релиза необходимо дописать текст сообщения.
--	--

1.2 Интерактивные формы контроля

Формы контроля	Наполнение фондов оценочных средств	Оцениваемая (ые) компетенция (и)
Защита рефератов	1. Актуальность и значимость связи с общественностью в органах власти 2. История связей с общественностью в органах власти 3. Роль связей с общественностью в государственном управлении 4. Организационная структура и функции отдела связей с общественностью 5. Общественное мнение как главный объект PR-деятельности. 6. Роль СМИ в связях с общественностью 7. Использование цифровых и интернет-технологий в связях с общественностью 8. Деловое письмо и коммуникация 9. Мастерство письменной коммуникации технической документации 10. Основы имиджевого управления в государственных органах 11. Развитие стратегии коммуникаций в публичной сфере 12. Принципы организации и проведения пресс-конференций 13. Использование социальных сетей для связи с общественностью 14. Взаимодействие с журналистами и СМИ 15. Эффективный мониторинг мнений и отзывов об органах власти	ПК-8
	16. Проведение пресс-конференций и мероприятий 17. Типы и особенности коммуникации в условиях пресс-тура и общественно-политических мероприятий 18. Работа с аккредитованными представителями СМИ 19. Понятие «бренд» и его значение в связях с общественностью 20. Методы и инструменты продвижения бренда 21. Принципы сотрудничества с партнёрами по бизнесу 22. Информационная политика в рамках выборов и референдумов	ОПК-7

	23. Правовые аспекты связей с общественностью в органах власти 24. Навыки построения доверительных отношений с общественностью	
	25. Организация общественных слушаний и обратной связи 26. Работа с репутацией в конфликтных ситуациях 27. Культура коммуникаций в государственных органах власти 28. Использование инфографики, видео и других визуальных средств коммуникации 29. Анализ трендов в сфере коммуникаций и их влияние на решения властных структур 30. Создание и редактирование электронных публикаций и новостных лент 31. Этические аспекты коммуникаций в политической среде	ПКо-8
	32. Принципы работы с интернет-ресурсами 33. Анализ эффективности проведённых мероприятий 34. Общие принципы контекстного маркетинга в политической сфере 35. Анализ медиатрафика и формирование стратегии взаимодействия со СМИ 36. Планирование и оценка результата коммуникационных кампаний 37. Исследование общественного мнения и рынка услуг 38. Стратегии комплексного продвижения бренда 39. Отношения с инвесторами в публичной сфере 40. Работа с кризисными ситуациями в общественной сфере	ОПК-6

Критерии оценивания

1. Критерии оценки работы с документами (НПА).

1. Качество выполнения работы с документами, включая точность и аккуратность в заполнении, оформлении, хранении и передаче документов.

2. Ознакомление с нормативно-правовой базой, связанной с документами (НПА), и умение её применять при работе с документами.

3. Умение грамотно оформлять, собирать, проверять и отправлять документы, включая необходимость использования электронных средств связи и почты.

4. Корректность и этичность работы с документами, включая умение обращаться с конфиденциальной информацией и соблюдение требований законодательства о защите персональных данных.

5. Стил и ясность изложения информации в документах, включая понятность текста, корректность грамматики и орфографии.

Оценка **«отлично»** может быть ставится в случае, если выполнение работы с документами прошло на высоком уровне во всех пунктах оценки.

Оценка **«хорошо»** может быть поставлена, если выполнение работы было аккуратным, точным, соблюдались требования законодательства и грамотно оформлялись документы, однако некоторые из ожидаемых критериев не были выполнены на высоком уровне.

Оценка **«удовлетворительно»** может быть присвоена, если работа была выполнена, но не все требования были выполнены на высоком уровне, т.е. есть некоторые проблемы в заполнении документов, хранении или других сферах.

Оценка **«неудовлетворительно»** может быть поставлена, если работа была выполнена неправильно, скомпрометировала конфиденциальность, повлекла ошибки во время заполнения или оформления документов, или нарушала требования законодательства.

2. Критерии оценки реферативной работы.

1. Содержание: Оценка **«отлично»** ставится за пресс-релизы, которые содержат все необходимые сведения и точную информацию. Оценка **«хорошо»** ставится за пресс-релизы, в которых содержатся все необходимые сведения, но информация не всегда точна. Оценка **«удовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, в которых содержится только частичная информация и некоторые сведения не точны. Оценка **«неудовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, в которых содержится мало информации или информация ошибочна.

2. Тон и стиль: Оценка **«отлично»** ставится за пресс-релизы, которые имеют логичную структуру и тон грамотный, профессиональный. Оценка **«хорошо»** ставится за пресс-релизы, в которых стиль и тон несколько неоднозначны, но имеют логическую структуру. Оценка **«удовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, в которых стиль и тон неоднозначны, изложение не всегда логично и последовательно. Оценка **«неудовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, в которых стиль и тон не подходят для профессионального документа.

3. Оформление: Оценка **«отлично»** ставится за пресс-релизы, которые оформлены правильно и легко читаются. Оценка **«хорошо»** ставится за пресс-релизы, в которых есть некоторые ошибки в оформлении, но документ все ещё читаем и понятен. Оценка **«удовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, которые содержат множество ошибок в оформлении и усложнены из-за этого. Оценка **«неудовлетворительно»** ставится за пресс-релизы, которые очень трудно читать из-за многочисленных ошибок в оформлении.

3. Шкала оценивания результатов и критерии выставления оценок за устный ответ.

«Отлично» ставится, если обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно излагает, приводит примеры, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, не допускает ошибок.

«Хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных ошибок в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет

необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, допускает неточности в ответе.

«Удовлетворительно» ставится, если обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, не совсем правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

«Неудовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

4. Шкала оценивания результатов и критерии выставления оценок по тестовым заданиям.

«Отлично» – если правильность ответов составляет 85-100 %.

«Хорошо» – если правильность ответов составляет 70-84 %.

«Удовлетворительно» – если правильность ответов составляет 51-69 %.

«Неудовлетворительно» – если правильность ответов составляет 50 % и менее.

5. Шкала оценивания результатов выполнения контрольных работ.

«Отлично» – если обучающийся дал полное и правильное решение задач (заданий) контрольной работы.

«Хорошо» – если обучающийся при выполнении задач (заданий) контрольной работы допустил неточности в расчетах, формулировках.

«Удовлетворительно» – если обучающийся представил неполное решение задач (заданий), допустил грубые ошибки, или не полностью решил задачи (задания).

«Неудовлетворительно» – если обучающийся представил последовательность решения задач (заданий), но решение оказалось неправильным.

3. В п. 8 ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
вносятся следующие изменения:

8.1. Основная литература

1. Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова. — Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2021. — 163 с. — Текст: электронный // Лань: ЭБС. — URL: <https://e.lanbook.com/book/191396>
2. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата. Рекомендовано УМО высшего образования / ред. М. М. Васильева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2017. - 366 с. (гриф), 20 экз.

8.2. Дополнительная литература

1. Конституция Российской Федерации // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 24.04.2020) // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)
3. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)
4. Брянцев И. И. Этика государственной и муниципальной службы: учебное пособие / И. И. Брянцев, А. А. Гребенникова. — Саратов: Вузовское образование, 2019. — 85 с. — ISBN 978-5-4487-0498-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82668.html>
5. Варакин В. С. Информационно-коммуникационное пространство современного общества: учебнометодическое пособие / В. С. Варакин. — Архангельск: САФУ, 2019. — 94 с. — Текст: электронный // Лань: ЭБС. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161881>
6. Галиева Н. В. Информационные технологии в управлении: учебник / Н. В. Галиева, Ж. К. Галиев. — Москва: Издательский Дом МИСиС, 2020. — 172 с. — ISBN 978-5-907226-81-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116994>
7. Граничин О.Н. Информационные технологии в управлении: учебное пособие / Граничин О.Н., Кияев В.И. — Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 400 с. — ISBN 978-5-4497-0319-4. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89437>
8. Информационно-аналитический комплекс гражданской обороны и защиты населения в чрезвычайных ситуациях на территории Свердловской области: учеб.

пособие / сост. А. О. Осипчук [и др.]. - Екатеринбург: УрИ ГПС МЧС России, 2016. - 148 с.

9. Информационно-пропагандистская работа в сфере деятельности МЧС России: учебное пособие. Допущено МЧС России / Я. Б. Каплан [и др.]. - Екатеринбург: УрИ ГПС МЧС России, 2018. - 167 с., 95 экз.

10. Ионова, А. И. Этика и культура государственного управления: учеб. пособие / А. И. Ионова, А. Н. Аверин; под общей ред. Г. В. Атаманчука. - М: Флинта, 2006. - 176 с.

11. Овсянникова, О. А. Этика государственной службы и государственного служащего: учебное пособие для вузов / О. А. Овсянникова. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2023. — 280 с. — ISBN 978-5-507-45401-3. — Текст: электронный // Лань: ЭБС. — URL: <https://e.lanbook.com/book/267380>

12. Оповещение и информирование в системе мер гражданской обороны, защиты от чрезвычайных ситуаций и пожарной безопасности. Действия должностных лиц и населения при оповещении и информировании об угрозах и опасностях военного и мирного времени: методическое пособие / М. И. Камышанский, В. Я. Перовщиков, В. Н. Твердохлебов, Т. М. Камышанская; под общей редакцией Г. Н. Кириллова; Институт риска и безопасности. - Москва: Институт риска и безопасности, 2008. - 320 с.

13. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)

14. Федеральный закон Российской Федерации от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)

15. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-I «О средствах массовой информации» // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023)

16. Концепция государственной информационной политики Российской Федерации (Одобрена на заседании Комитета Государственной Думы по информационной политике и связи 15 октября 1998 г., Одобрена на заседании Постоянной палаты по государственной информационной политике Политического консультативного совета при Президенте Российской Федерации 21 декабря 1998 г.) // СПС «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 27.06.2023) —ЭБС«IPRbooks».

Составитель:

Доцент кафедры
философии и гуманитарных наук,
кандидат социологических наук



Олухов Н.В.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры ФиГН
№ 9 от 14.05.2026

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочей программе дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление в 2026/2027 учебном году

1. В 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ вносятся следующие изменения:

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине «Связи с общественностью в органах государственной власти» включает в себя следующие компоненты:

Виды занятий	Сведения о помещении	Перечень оборудования	Перечень технических средств обучения
Лекционные занятия	Учебная аудитория с количеством посадочных мест не менее 30.	Основное оборудование: учебная мебель для обеспечения посадочных мест по количеству обучающихся: стол ученический, стул ученический; мебель для оборудования рабочего места преподавателя: стол и стул. Дополнительное оборудование: классная доска для мела.	Компьютер в комплекте (монитор, клавиатура, мышь) или ноутбук с лицензионным программным обеспечением, с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института. Мультимедиа-проектор с экраном или интерактивная панель с лицензионным программным обеспечением, с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института.
Практические занятия	Учебная аудитория с количеством посадочных мест не менее 30.	Основное оборудование: учебная мебель для обеспечения посадочных мест по количеству обучающихся: стол ученический, стул ученический; мебель для оборудования рабочего места преподавателя: стол и стул. Дополнительное оборудование: классная доска для мела.	Компьютер в комплекте (монитор, клавиатура, мышь) или ноутбук с лицензионным программным обеспечением, с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института. Мультимедиа-проектор с экраном или интерактивная панель с лицензионным программным обеспечением, с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института.
Промежуточная и итоговая	Учебная аудитория с	Основное оборудование: учебная мебель для	Компьютер в комплекте (монитор, клавиатура, мышь) или ноутбук с

аттестация	количеством посадочных мест не менее 30.	обеспечения посадочных мест по количеству обучающихся: стол ученический, стул ученический; мебель для оборудования рабочего места преподавателя: стол и стул.	лицензионным программным обеспечением, с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института.
------------	--	---	--

Составитель:

Заведующая кафедрой
философии и гуманитарных наук,
кандидат философских наук, доцент



О.В. Шмурыгина