




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

 Хамидулин В.С.

«10» сентября 2019 г.

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. заведующего кафедрой
государственного и муниципального
управления

 Володарская Е.П.

«10» сентября 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Государственное управление общественными отношениями
направление подготовки **38.03.04 Государственное и муниципальное управление**
Форма подготовки очная

курс 4 семестр 7
лекции 36 час.
практические занятия 36 час.
лабораторные работы _____ час.
в том числе с использованием МАО лек. _____ /пр. 18 /лаб. _____ час.
всего часов аудиторной нагрузки 72 час.
в том числе с использованием МАО 18 час.
самостоятельная работа 72 час.
в том числе на подготовку к экзамену 36 час.
контрольные работы (количество) не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены
зачет _____ семестр
зачет с оценкой _____ семестр
экзамен 7 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от «18» февраля 2016 г. № 12-13-235 «Об утверждении образовательных стандартов высшего образования, самостоятельно устанавливаемых ДВФУ с 2016-2017 учебного года».

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры государственного и муниципального управления протокол, № 01 от «10» сентября 2019 г.

И.о. заведующего кафедрой государственного и муниципального управления Володарская Е.П.
Составитель (ли): ст. преподаватель Киричек А.И.

**Владивосток
2019**

Оборотная сторона титульного листа РПУД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № ____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № ____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № ____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № ____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

– формирование у студентов знаний о предмете, структуре и основных функциях общественных отношений, а также обучение их методологии и основным технологическим приемам государственного управления общественными отношениями.

Задачи:

– формирование представления и системы знаний об общественных отношениях и их роли в системе государственного и муниципального управления;

– формирование практических умений и навыков по работе с различными группами общественности;

– развитие коммуникативных и организаторских навыков, аналитического мышления.

– освоение содержания и специфики современных форм государственного управления общественными отношениями;

– определение места структур по связям с общественностью в государственной и муниципальной системах управления;

– ознакомление с задачами служб по связям с общественностью в системе административного, хозяйственного и политического управления;

– изучение структуры и функций современной пресс-службы органов государственной власти федерального, регионального и муниципального уровней;

– изучение механизмов взаимодействия с целевыми и ключевыми аудиториями в различных организационных средах – государственной бюрократии, промышленных и финансовых организациях, некоммерческих структурах, политических партиях и прочих общественных институтах;

– ознакомление с правовыми и этическими основами управления общественными отношениями.

Результаты освоения (формирование компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ОПК-4 способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>	Знает	<p>основные организационные формы в сфере общественных отношений; основные механизмы взаимодействия государственных служб по связям с общественностью со СМИ, общественными организациями, политическими партиями и государственными структурами; этапы процесса по управлению общественными отношениями; средства, методы и технологии общественных отношений</p>
	Умеет	<p>разрабатывать кампании в сфере общественных отношений и оценивать их эффективность; разрабатывать проекты программ по связям с общественностью для органов государственной власти и местного самоуправления; проводить сегментацию групп общественности и определять целевые группы; применять приемы формирования общественного мнения; формулировать принципиальные положения и обосновывать планируемые мероприятия по управлению общественными отношениями при реализации политики организации или органов управления</p>
	Владеет	<p>средствами, методами и технологиями формирования общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественными отношениями; базовыми технологиями отслеживания и формирования общественного мнения; навыками работы со средствами массовой информации; навыками определения и управления общественностью и общественным мнением</p>
<p>ПК-2 владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять</p>	Знает	<p>структуру и закономерности функционирования общественных отношений; историю, правовые и этические аспекты общественных отношений; организационные основы деятельности государственных служб по связям с общественностью</p>
	Умеет	<p>планировать рабочие мероприятия в сфере общественных отношений; проводить исследования в сфере общественных отношений; реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями</p>
	Владеет	<p>навыками формирования общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественными отношениями;</p>

<p>диагностику организационной культуры</p>		<p>основными технологиями формирования и продвижения имиджа органа государственной или муниципальной власти, имиджа государственной и муниципальной службы</p>
---	--	--

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Раздел I. Предмет, структура и основные функции общественных отношений (12 час.)

Тема 1. Общественные отношения: определение и история развития (2 час.)

Природа общественных отношений. Разновидности и система общественных отношений. Особенности общественных отношений в открытом (функциональный подход) и закрытом (функционерский подход) обществах. Подходы к определению общественных отношений (public relations) как науки и сферы деятельности. Субъект и объект общественных отношений. Цели и задачи общественных отношений.

Принципы и функции общественных отношений. История становления общественных отношений как сферы деятельности. Особенности проявления общественных отношений в античности и средневековье. Зарождение основ общественных отношений как сферы деятельности в их современном понимании. Особенности общественных отношений XIX-XX веках. Становление общественных отношений как сферы деятельности в России.

Взаимосвязь и различия общественных отношений как сферы деятельности с пропагандой, рекламой, маркетингом и др.

Тема 2. Правовые и этические основы общественных отношений (2 час.)

Практика зарубежного правового регулирования общественных отношений. Правовое регулирование деятельности международных организаций в сфере общественных отношений. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу общественных отношений

органов государственной власти Российской Федерации и органов государственной власти субъектов Российской Федерации с гражданами, средствами массовой информации, политическими партиями и движениями, коммерческими и некоммерческими организациями, предприятиями и учреждениями. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность: законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей.

Этические нормы профессионального поведения. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов в сфере общественных отношений. Этические хартии, кодексы и декларации в сфере общественных отношений.

Тема 3. Коммуникации как основа общественных отношений (4 час.)

Сущность и особенности коммуникаций в сфере общественных отношений. Коммуникативная модель общественных отношений как сферы деятельности (модели Дж. Грюника и Т. Ханта). Коммуникационные каналы, их емкость. Вербальные и невербальные коммуникации в общественных отношениях. Построение и виды коммуникационной сети в сфере общественных отношений.

Тема 4. Общественность и общественное мнение как объекты управления в сфере общественных отношений (4 час.)

Понятия «толпа», «масса», «общественность» и их различия (теория Г. Блумера). Основные сущностные признаки общественности. Типология групп общественности. Закономерности функционирования групп общественности. Определение понятий «лидеры мнений» и «группы интересов». Целевые и приоритетные группы общественности. Каналы выхода на различные группы общественности: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия.

Суть общественного мнения и его роль в сфере общественных отношений (15 законов Х. Кентрила). Основные функции общественного мнения. Характерные особенности общественного мнения как социального института (направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность). Структура общественного мнения. Субъект общественного мнения и механизмы его выявления. Объекты общественного мнения и критерии их определения. Источники формирования общественного мнения: индивидуальный опыт, опыт «других», слухи. Приемы формирования общественного мнения: стихийные и рациональные. Показатели качественной определенности общественного мнения. Способы и механизмы управления общественным мнением: убеждение, влияние, манипулирование; социальная установка (принцип доминанты А. А. Ухтомского); стереотипы: свойства, формы проявления (кодирование общественного сознания, миф). «Вечные» стереотипы, типовые стереотипы, отрицательные и положительные стереотипы. Приемы выявления стереотипов. Определение и типы мифов. Характерные черты мифологического сообщения. Распространенные мифологемы.

Раздел II. Организация деятельности по управлению общественными отношениями (12 час.)

Тема 5. Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений (2 час.)

Основные сферы деятельности и роль специалиста по общественным отношениям: информирование общественности, формирование общественного мнения, управление кризисными ситуациями. Личные качества и квалификация специалиста по общественным отношениям.

Функции и основные направления деятельности подразделения по общественным отношениям. Собственный отдел или департамент: преимущества и недостатки. Структура отдела. Консультирование в сфере общественных отношений: независимый консультант-эксперт,

консультационная фирма. Виды агентств по деятельности в сфере общественных отношений: типовое агентство, полного цикла, широкого профиля, специализированное, сетевое; агентства политконсалтинга и одного клиента; агентства аффилированное и независимое международное. Структура типового агентства. Выбор кампании: конкурсный и выборочный методы.

Тема 6. Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений (4 час.)

Кампания в сфере общественных отношений: основные определения и задачи. Отличие кампании в сфере общественных отношений от рекламной кампании. Типология кампаний в сфере общественных отношений. Общая схема кампании в сфере общественных отношений: формула RACE, модифицированная концепция ROPE. Аналитический этап кампании в сфере общественных отношений. Понятие и общая характеристика исследования в контексте общественных отношений. Направления исследований на этапе подготовки кампании в сфере общественных отношений. Виды и методы исследований в сфере общественных отношений: использование статистики, вторичные исследования, тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, социологические исследования аудитории, общественного мнения. Изучение общественного мнения: выборка, рейтинговая шкала, социологические опросы, групповое интервью, контент-анализ, фокус-группа. Шестиэтапная модель планирования кампании в сфере общественных отношений. Определение целей кампании, разработка стратегии и тактики ее реализации. Материально-техническое и финансовое обеспечение реализации в сфере общественных отношений.

Практическая реализация кампании в сфере общественных отношений. Проблема коммуникаций при реализации кампании. Проведение кампании в условиях ограниченных ресурсов. Учет и контроль при реализации кампании в сфере общественных отношений. Оценка эффективности кампании в сфере

общественных отношений: методика EAV, методика Г. Тульчинского, подход компании Sinicas Communications Inc и др. Учет российской специфики при использовании современных методов оценки эффективности кампании.

Тема 7. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ) (2 час.)

Определение и характеристики основных СМИ. Сходство и различия основных СМИ. Необходимость и принципы взаимодействия со СМИ. Функции СМИ по А. Катлу и А. Каду: антенны, призмы, фокуса, усилителя, эха. Понятие и составление медиа-карты. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественных отношений. Стратегия и тактика использования СМИ в сфере общественных отношений, общие принципы взаимодействия со СМИ.

Организационные формы взаимодействия со СМИ: пресс-секретарь и пресс-служба. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ – media relation. Различия и сходство в работе пресс-секретаря и специалиста в сфере общественных отношений.

Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро. Пресс-посредничество как важнейший метод работы в сфере общественных отношений: комплексные информационные услуги, подготовка информационных материалов, мониторинг прессы, спин-мастерская деятельность, паблисити, «джинса».

Виды рабочих мероприятий для СМИ: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, интервью, встреча без галстуков и др. Документальные материалы для СМИ: бэкграундер, пресс-релиз, медиа-кит и др.

Тема 8. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации (2 час.)

Новостная информация как объект взаимодействия организации и СМИ. Понятие «информационного повода». Определение и классификация новостей. Основной и дополнительный вес новости. Приемы конструирования новостной информации: использование праздничных и памятных дат; подходы, позволяющие усилить новость; метод «продлонгирования» новости. Механизм управления новостной информацией: формирование собственного информационного потока, сегментирование информационного потока, манипулирование информацией, приоритетная постановка информации, информационное партнерство. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала. Формы подачи информационно-новостных материалов. PR-текст: понятие, типология, особенности. Требования к подготовке PR-текстов. Речи, их написание и произнесение. Выступления на радио и телевидении.

Тема 9. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью (2 час.)

Виды документов для внешней и внутренней общественности: концепция, программы, бюджет, отчет, флаеры, брошюры. Специальные мероприятия в сфере общественных отношений: определение и функции. Выставки и ярмарки: организация проведения и основные проблемы. Презентации: их цели и особенности. Конференции: виды и правила подготовки. Приемы, их сущность, назначение и подготовка проведения. Церемонии открытия и дни открытых дверей. Специальные методы: спонсорство, благотворительность, фандрейзинг, спичрайтинг, организация перформансов и др.

Внутрикорпоративные общественные отношения. Информационное поле внутри организации: внутрикорпоративные печатные издания, рассылка новостей по e-mail, доски объявлений, совместное празднование событий, мероприятия для детей сотрудников, спортивные мероприятия и др.

Раздел III. Общественные отношения в системе государственного и муниципального управления (12 час.)

Тема 10. Общественные отношения в государственном секторе (2 час.)

Понятие информационной политики. Основные проблемы и тенденции развития информационной политики в Российской Федерации. Информационная политика государственных и муниципальных органов власти. Каналы распространения информации. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти. Пресс-служба органа власти: организация, структура, функции. Примерное Положение о деятельности пресс-службы.

Тема 11. Имидж государства как средство общественных отношений (2 час.)

Понятие и роль имиджа в сфере общественных отношений. Уровни и разновидности имиджа. Основные структурные модели. Персональный имидж: основные характеристики (непроверяемость, эмоциональность, гармоничность, управляемость, идеальность, целостность, стереотипичность, реалистичность, гуманистичность, переменчивость). Составляющие характеристики: биологические, коммуникативные, социальные, мифологические, профессиональные, контекстные, кредо. Особенности персонального имиджа в органах власти. Самоимидж. Корпоративный имидж: составляющие и законы функционирования. Атрибуты, отличительные черты, габаритные характеристики, миссия, слоган, корпоративная философия, фирменный стиль. Внешний и внутренний корпоративный имидж.

Особенности имидживых конструкций в деятельности органов власти: специфика, стереотипы, направленность коммуникаций, характеристика каналов распространения, характер целевой аудитории. Репутация, образ, социальная роль и имидж – взаимозависимость и различия. Основные

технологии и проблемы формирования имиджа. Задачи коррекции и модификации имиджа: позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа, отстройка, реклама и антиреклама имиджа. Фирменный стиль как важнейшее средство формирования имиджа.

Тема 12. Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления (2 час.)

Государственная и муниципальная службы как открытая система. Понятия «открытость» и «транспетентность». Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Отличия управления общественными отношениями в органах власти по целям, критериям эффективности, ресурсам от управления общественными отношениями в коммерческом секторе. Целевые аудитории органов власти. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.

Исторические модели связей с общественностью в органах государственной власти. Задачи PR-служб в контексте административной и политической реформы в России.

Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.

Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровней и органах местного самоуправления. Программно-целевой и линейный подходы к определению структуры службы связей с общественностью. Положение о PR-службах властных структур. Ресурсы и статус PR-служб.

Работа общественных приемных. Технологии обратной связи. Современные диалоговые формы коммуникации органов власти и общественности. Партнерство с общественными организациями. Нормативно-правовая база, обеспечивающая диалог и консультации на

федеральном, региональном и местном уровне. Организационно-институциональные формы осуществления диалога и консультаций. Механизмы организации публичных консультаций с общественностью. Роль PR-служб в организации публичных слушаний.

Тема 13. Антикризисные общественные отношения в государственном управлении (2 час.)

Понятие кризиса как чрезвычайного происшествия. Основные события, вызывающие кризис. Причины возникновения кризисов и их классификация. Особенности, характеризующие кризисные ситуации, последствия кризисов. Основные характеристики деятельности в сфере общественных отношений в условиях подготовки к кризисам и во время их развития. Основные части антикризисной программы в сфере общественных отношений. Типичные ошибки, совершаемые в процессе общественных отношений во время кризиса. Работа с последствиями кризиса.

Процедурные технологии в сфере общественных отношений. Переговоры: понятие и функции. Стадии процесса переговоров. Понятие и цель фасилитации. Роль фасилитатора. Три главные составляющие фасилитации. Модель групповой эффективности: групповой процесс; групповая структура; организационный контекст. Диагноз группового поведения. Этапы фасилитации. Понятие медиации и ее роль в связях с общественностью. Стадии процесса медиации.

Тема 14. Общественные отношения как неотъемлемая часть избирательных технологий (2 час.)

Специфика общественных отношений в избирательной кампании: понятие и характеристика основных направлений. Сбор средств и их распределение. Определение предвыборной стратегии кандидата. Определение средств доведения до избирателей необходимой информации.

Предвыборная работа с кандидатами, электоратом. Каналы личной и неличной коммуникации кандидата с избирателями. Подготовка кандидата к публичному выступлению. Встречи с избирателями. Участие в теледебатах, публичных дискуссиях. Организация работы общественной приемной. Подготовка и проведение зрелищных, культурных, спортивных мероприятий. Лоббирование.

Тема 15. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления (2 час.)

Роль информации в государственном управлении. Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. Органы исполнительной власти, осуществляющие информационную политику на федеральном и региональном уровне. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ. Право общества на получение информации. Защита информации в управлении связями с общественностью. Проблемы становления информационной политики в РФ. Техническое обеспечение информационного процесса. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти. Интернет-порталы органов государственной власти и местного самоуправления.

Формирование аудитории представителей СМИ. Аккредитация журналистов при органах власти. Работа с информационными агентствами.

Мониторинг в управлении информационной политикой. Критерии и оценки эффективности в сфере информационной деятельности органов власти и местного самоуправления.

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

(36 час., в том числе 18 час. с использованием методов активного обучения)

Раздел I. Предмет, структура и основные функции общественных отношений (8 час.)

Тема 1. Общественные отношения: определение и история развития (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – тестирование (0,5 час.)

1. Природа общественных отношений.
2. Разновидности и система общественных отношений.
3. Особенности общественных отношений в открытом (функциональный подход) и закрытом (функционерский подход) обществах.
4. Подходы к определению общественных отношений (public relations) как науки и сферы деятельности.
5. Субъект и объект общественных отношений.
6. Цели и задачи общественных отношений.
7. Принципы и функции общественных отношений.
8. История становления общественных отношений как сферы деятельности.
9. Особенности проявления общественных отношений в античности и средневековье.
10. Зарождение основ общественных отношений как сферы деятельности в их современном понимании.
11. Особенности общественных отношений XIX-XX веках. Становление общественных отношений как сферы деятельности в России.
12. Взаимосвязь и различия общественных отношений как сферы деятельности с пропагандой, рекламой, маркетингом и др.

Тема 2. Правовые и этические основы общественных отношений (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – доклад-презентация (1 час.)

1. Практика зарубежного правового регулирования общественных отношений.

2. Правовое регулирование деятельности международных организаций в сфере общественных отношений.

3. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу общественных отношений органов государственной власти Российской Федерации и органов государственной власти субъектов Российской Федерации с гражданами, средствами массовой информации, политическими партиями и движениями, коммерческими и некоммерческими организациями, предприятиями и учреждениями.

4. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность: законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей.

5. Этические нормы профессионального поведения.

6. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов в сфере общественных отношений.

7. Этические хартии, кодексы и декларации в сфере общественных отношений.

Тема 3. Коммуникации как основа общественных отношений (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – тестирование (1 час.)

1. Сущность и особенности коммуникаций в сфере общественных отношений.

2. Коммуникативная модель общественных отношений как сферы деятельности (модели Дж. Грюника и Т. Ханта).

3. Коммуникационные каналы, их емкость.

4. Вербальные и невербальные коммуникации в общественных отношениях.

5. Построение и виды коммуникационной сети в сфере общественных отношений.

Тема 4. Общественность и общественное мнение как объекты управления в сфере общественных отношений (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – доклад-презентация (1 час.)

1. Понятия «толпа», «масса», «общественность» и их различия (теория Г. Блумера).

2. Основные сущностные признаки общественности.

3. Типология групп общественности.

4. Закономерности функционирования групп общественности.

5. Определение понятий «лидеры мнений» и «группы интересов».

6. Целевые и приоритетные группы общественности.

7. Каналы выхода на различные группы общественности: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия.

8. Суть общественного мнения и его роль в сфере общественных отношений (15 законов Х. Кентрила).

9. Основные функции общественного мнения.

10. Характерные особенности общественного мнения как социального института (направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность).

11. Структура общественного мнения. Субъект общественного мнения и механизмы его выявления. Объекты общественного мнения и критерии их определения.

12. Источники формирования общественного мнения: индивидуальный опыт, опыт «других», слухи.

13. Приемы формирования общественного мнения: стихийные и рациональные.

14. Показатели качественной определенности общественного мнения.

15. Способы и механизмы управления общественным мнением: убеждение, влияние, манипулирование; социальная установка (принцип доминанты А. А. Ухтомского); стереотипы: свойства, формы проявления (кодирование общественного сознания, миф).

16. «Вечные» стереотипы, типовые стереотипы, отрицательные и положительные стереотипы.

17. Приемы выявления стереотипов. Определение и типы мифов.

18. Характерные черты мифологического сообщения.

19. Распространенные мифологемы.

Раздел II. Организация деятельности по управлению общественными отношениями (14 час.)

Тема 5. Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений (4 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – практическое задание (1,5 час.)

1. Основные сферы деятельности и роль специалиста по общественным отношениям: информирование общественности, формирование общественного мнения, управление кризисными ситуациями.

2. Личные качества и квалификация специалиста по общественным отношениям.

3. Функции и основные направления деятельности подразделения по общественным отношениям.

4. Собственный отдел или департамент: преимущества и недостатки. Структура отдела.

5. Консультирование в сфере общественных отношений: независимый консультант-эксперт, консультационная фирма.

6. Виды агентств по деятельности в сфере общественных отношений: типовое агентство, полного цикла, широкого профиля, специализированное, сетевое; агентства политконсалтинга и одного клиента; агентства аффилированное и независимое международное.

7. Структура типового агентства.

8. Выбор кампании: конкурсный и выборочный методы.

Тема 6. Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – практическое задание (1,5 час.)

1. Кампания в сфере общественных отношений: основные определения и задачи.

2. Отличие кампании в сфере общественных отношений от рекламной кампании.

3. Типология кампаний в сфере общественных отношений.

4. Общая схема кампании в сфере общественных отношений: формула RACE, модифицированная концепция ROPE.

5. Аналитический этап кампании в сфере общественных отношений.

6. Понятие и общая характеристика исследования в контексте общественных отношений.

7. Направления исследований на этапе подготовки кампании в сфере общественных отношений.

8. Виды и методы исследований в сфере общественных отношений: использование статистики, вторичные исследования, тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, социологические исследования аудитории, общественного мнения.

9. Изучение общественного мнения: выборка, рейтинговая шкала, социологические опросы, групповое интервью, контент-анализ, фокус-группа.

10. Шестиэтапная модель планирования кампании в сфере общественных отношений.

11. Определение целей кампании, разработка стратегии и тактики ее реализации.

12. Материально-техническое и финансовое обеспечение реализации в сфере общественных отношений.

13. Практическая реализация кампании в сфере общественных отношений.

14. Проблема коммуникаций при реализации кампании.

15. Проведение кампании в условиях ограниченных ресурсов.

16. Учет и контроль при реализации кампании в сфере общественных отношений.

17. Оценка эффективности кампании в сфере общественных отношений: методика EAV, методика Г. Тульчинского, подход компании Sinicas Communications Inc и др.

18. Учет российской специфики при использовании современных методов оценки эффективности кампании.

Тема 7. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ) (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – доклад-презентация (1,5 час.)

1. Определение и характеристики основных СМИ.

2. Сходство и различия основных СМИ.

3. Необходимость и принципы взаимодействия со СМИ.

4. Функции СМИ по А. Катлу и А. Каду: антенны, призмы, фокуса, усилителя, эха.

5. Понятие и составление медиа-карты.

6. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественных отношений.

7. Стратегия и тактика использования СМИ в сфере общественных отношений, общие принципы взаимодействия со СМИ.

8. Организационные формы взаимодействия со СМИ: пресс-секретарь и пресс-служба.

9. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ – media relation.

10. Различия и сходство в работе пресс-секретаря и специалиста в сфере общественных отношений.

11. Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро.

12. Пресс-посредничество как важнейший метод работы в сфере общественных отношений: комплексные информационные услуги, подготовка информационных материалов, мониторинг прессы, спин-мастерская деятельность, паблисити, «джинса».

13. Виды рабочих мероприятий для СМИ: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, интервью, встреча без галстуков и др.

14. Документальные материалы для СМИ: бэкграундер, пресс-релиз, медиа-кит и др.

Тема 8. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – практическое задание (1,5 час.)

1. Новостная информация как объект взаимодействия организации и СМИ.

2. Понятие «информационного повода».

3. Определение и классификация новостей.

4. Основной и дополнительный вес новости.

5. Приемы конструирования новостной информации: использование праздничных и памятных дат; подходы, позволяющие усилить новость; метод «продолгования» новости.

6. Механизм управления новостной информацией: формирование собственного информационного потока, сегментирование информационного потока, манипулирование информацией, приоритетная постановка информации, информационное партнерство.

7. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала.

8. Формы подачи информационно-новостных материалов.

9. PR-текст: понятие, типология, особенности.

10. Требования к подготовке PR-текстов. Речи, их написание и произнесение.

11. Выступления на радио и телевидении.

Тема 9. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью (4 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – доклад-презентация (1,5 час.)

1. Виды документов для внешней и внутренней общественности: концепция, программы, бюджет, отчет, флаеры, брошюры.

2. Специальные мероприятия в сфере общественных отношений: определение и функции.

3. Выставки и ярмарки: организация проведения и основные проблемы.

4. Презентации: их цели и особенности.

5. Конференции: виды и правила подготовки.

6. Приемы, их сущность, назначение и подготовка проведения.

7. Церемонии открытия и дни открытых дверей.

8. Специальные методы: спонсорство, благотворительность, фандрейзинг, спичрайтинг, организация перформансов и др.

9. Внутрикорпоративные общественные отношения.

10. Информационное поле внутри организации: внутрикорпоративные печатные издания, рассылка новостей по e-mail, доски объявлений,

совместное празднование событий, мероприятия для детей сотрудников, спортивные мероприятия и др.

Раздел III. Общественные отношения в системе государственного и муниципального управления (14 час.)

Тема 10. Общественные отношения в государственном секторе (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – доклад-презентация (1 час.)

1. Понятие информационной политики.
2. Основные проблемы и тенденции развития информационной политики в Российской Федерации.
3. Информационная политика государственных и муниципальных органов власти.
4. Каналы распространения информации.
5. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти.
6. Пресс-служба органа власти: организация, структура, функции.
7. Примерное Положение о деятельности пресс-службы.

Тема 11. Имидж государства как средство общественных отношений (4 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – эссе (2 час.)

1. Понятие и роль имиджа в сфере общественных отношений.
2. Уровни и разновидности имиджа.
3. Основные структурные модели.
4. Персональный имидж: основные характеристики (непроверяемость, эмоциональность, гармоничность, управляемость, идеальность, целостность, стереотипичность, реалистичность, гуманистичность, вариабельность).
5. Составляющие характеристики: биологические, коммуникативные, социальные, мифологические, профессиональные, контекстные, кредо.

6. Особенности персонального имиджа в органах власти.
7. Самоимидж.
8. Корпоративный имидж: составляющие и законы функционирования.
9. Атрибуты, отличительные черты, габаритные характеристики, миссия, слоган, корпоративная философия, фирменный стиль.
10. Внешний и внутренний корпоративный имидж.
11. Особенности имидживых конструкций в деятельности органов власти: специфика, стереотипы, направленность коммуникаций, характеристика каналов распространения, характер целевой аудитории.
12. Репутация, образ, социальная роль и имидж – взаимозависимость и различия.
13. Основные технологии и проблемы формирования имиджа.
14. Задачи коррекции и модификации имиджа: позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа, отстройка, реклама и антиреклама имиджа.
15. Фирменный стиль как важнейшее средство формирования имиджа.

Тема 12. Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – тестирование (0,5 час.)

1. Государственная и муниципальная службы как открытая система.
2. Понятия «открытость» и «транспетентность».
3. Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления.
4. Отличия управления общественными отношениями в органах власти по целям, критериям эффективности, ресурсам от управления общественными отношениями в коммерческом секторе.
5. Целевые аудитории органов власти.

6. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.

7. Исторические модели связей с общественностью в органах государственной власти.

8. Задачи PR-служб в контексте административной и политической реформы в России.

9. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.

10. Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровней и органах местного самоуправления.

11. Программно-целевой и линейный подходы к определению структуры службы связей с общественностью.

12. Положение о PR-службах властных структур. Ресурсы и статус PR-служб.

13. Работа общественных приемных.

14. Технологии обратной связи.

15. Современные диалоговые формы коммуникации органов власти и общественности.

16. Партнерство с общественными организациями.

17. Нормативно-правовая база, обеспечивающая диалог и консультации на федеральном, региональном и местном уровне.

18. Организационно-институциональные формы осуществления диалога и консультаций.

19. Механизмы организации публичных консультаций с общественностью.

20. Роль PR-служб в организации публичных слушаний.

Тема 13. Антикризисные общественные отношения в государственном управлении (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – доклад-презентация

(1 час.)

1. Понятие кризиса как чрезвычайного происшествия.
2. Основные события, вызывающие кризис.
3. Причины возникновения кризисов и их классификация.
4. Особенности, характеризующие кризисные ситуации, последствия кризисов.
5. Основные характеристики деятельности в сфере общественных отношений в условиях подготовки к кризисам и во время их развития.
6. Основные части антикризисной программы в сфере общественных отношений.
7. Типичные ошибки, совершаемые в процессе общественных отношений во время кризиса. Работа с последствиями кризиса.
8. Процедурные технологии в сфере общественных отношений.
9. Переговоры: понятие и функции. Стадии процесса переговоров.
10. Понятие и цель фасилитации. Роль фасилитатора. Три главные составляющие фасилитации.
11. Модель групповой эффективности: групповой процесс; групповая структура; организационный контекст.
12. Диагноз группового поведения. Этапы фасилитации.
13. Понятие медиации и ее роль в связях с общественностью. Стадии процесса медиации.

Тема 14. Общественные отношения как неотъемлемая часть избирательных технологий (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – практическое задание (1 час.)

1. Специфика общественных отношений в избирательной кампании: понятие и характеристика основных направлений.
2. Сбор средств и их распределение.

3. Определение предвыборной стратегии кандидата.
4. Определение средств доведения до избирателей необходимой информации.
5. Предвыборная работа с кандидатами, электоратом.
6. Каналы личной и неличной коммуникации кандидата с избирателями.
7. Подготовка кандидата к публичному выступлению.
8. Встречи с избирателями.
9. Участие в теледебатах, публичных дискуссиях.
10. Организация работы общественной приемной.
11. Подготовка и проведение зрелищных, культурных, спортивных мероприятий.
12. Лоббирование.

Тема 15. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – доклад-презентация (1,5 час.)

1. Роль информации в государственном управлении.
2. Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления.
3. Органы исполнительной власти, осуществляющие информационную политику на федеральном и региональном уровне.
4. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ.
5. Право общества на получение информации.
6. Защита информации в управлении связями с общественностью.
7. Проблемы становления информационной политики в РФ.
8. Техническое обеспечение информационного процесса.
9. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти.

10. Интернет-порталы органов государственной власти и местного самоуправления.

11. Формирование аудитории представителей СМИ.

12. Аккредитация журналистов при органах власти.

13. Работа с информационными агентствами.

14. Мониторинг в управлении информационной политикой.

15. Критерии и оценки эффективности в сфере информационной деятельности органов власти и местного самоуправления.

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Государственное управление общественными отношениями» включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристику заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	В течение семестра	Работа с литературой, источниками, поиск и изучение дополнительной информации	4	Собеседование

2	В течение семестра	Ведение конспекта лекций	4	Конспект
3	с 1-ой по 11-ую недели	Подготовка презентации и доклада, подготовка к дискуссии, тестированию	4	Презентация Дискуссия Тестирование
4	5-я неделя	Подготовка презентации и доклада	4	Доклад на занятии
5	8-я неделя	Разбор конкретных ситуаций (кейсы)	4	Решение кейсов
6	с 10-ой по 16-ю неделю	Решение заданий	4	Опрос
7	с 13-ой по 18-ю неделю	Анализ ситуаций	10	Опрос
8	17-я неделя	Подготовка к тестированию	4	Тест
9	В течение семестра	Подготовка к экзамену по дисциплине	36	Экзамен
Итого			72	

Самостоятельная работа по дисциплине включает в себя:

1. Прочтение и конспектирование рекомендуемой литературы по дисциплине, прослушивание, запоминание; ответы на вопросы для самопроверки; повторение учебного материала, направленные на закрепления теоретических знаний, формирования умений и навыков;

2. Подготовку к аудиторным занятиям, тематическим дискуссиям; подготовку сообщений, выступлений на семинарских занятиях, подбор литературы, решение ситуационных, практических задач, написание эссе, направленных на стимулирование поисково-аналитической деятельности;

3. Выполнение анализа информации, получение новой информации с целью развития творческого мышления подготовка рефератов участие в групповых дискуссиях, подготовку слайдовых презентаций, направленных на актуализацию творческой, научно-исследовательской деятельности.

4. Подготовку к экзамену по дисциплине.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Виды самостоятельной работы студентов модифицируются в зависимости от этапа, на котором она ведется. Можно выделить три этапа:

1. Подготовка к лекции и работа во время лекции.
2. Подготовка к практическому занятию и работа на занятии.
3. Подготовка к экзамену и ответ на экзамене.

При выборе вида самостоятельной работы, определении ее объема и содержания студенту следует руководствоваться основными принципами дидактики. Наиболее важными являются принципы доступности и систематичности, связи теории с практикой, постепенности в нарастании трудностей, дифференцированного подхода, творческой активности. Применение этих принципов при планировании и проведении самостоятельной работы имеет следующие особенности:

Самостоятельная работа должна носить целенаправленный характер и иметь четкую и ясную формулировку цели (целей). Это придает ей осмысленный, целенаправленный характер и способствует более успешному выполнению поставленных задач.

Недооценка указанного требования приводит к тому, что студенты, не поняв цели работы или не определив задачи, делают не то, что нужно, или вынуждены в процессе ее выполнения многократно возвращаться к началу или консультироваться с преподавателем. Время тратится нерационально, эффективность самостоятельной работы снижается.

Самостоятельная работа должна быть действительно самостоятельной и побуждать студента при ее выполнении работать напряженно. Для самостоятельной работы рекомендуется предлагать такие задания, выполнение которых не допускает действия по готовым рецептам и шаблону, а требует применения знаний в новой ситуации. Только в этом случае самостоятельная работа способствует развитию познавательных способностей студентов.

Каждому студенту необходимо непрерывно пополнять и углублять свои общепрофессиональные и специальные знания. Основным средством для выполнения этой задачи является работа с научной литературой, конспектами, участие в научно-исследовательской работе на кафедре.

В качестве основного метода обучения рекомендуется самостоятельное чтение текста и составление конспекта прочитанного.

Методика поэтапного формирования умения самостоятельно работать с учебной и специальной литературой, основанная на логико-генетическом (структурном) анализе содержания учебных дисциплин, позволяет выделить в них главные структурные элементы знаний – факты, понятия, законы и теории.

Главные структурные элементы знаний обычно выписываются отдельно, подчеркиваются или выделяются по тексту. При чтении текста необходимо:

- стремиться выделить в нем основные структурные элементы;
- выявить и проанализировать информацию, относящуюся к каждому из них;
- выделить главные мысли в тексте;
- исключить механическое заучивание текста.

Работа с текстом должна носить творческий, преобразующий характер. Такого рода деятельность по переработке информации оказывает существенное влияние на структуру знаний, формирующихся на основе прочитанного. Они становятся более четкими, краткими по форме, глубокими по содержанию.

Внеаудиторная самостоятельная работа студента оказывает важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу

по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Подготовка к лекции и работа во время лекции

Лекция считается важнейшей формой учебного процесса, она несет как информационную, так и организующую функции. Лекция читается преподавателем, однако, было бы ошибочно считать, что бакалавр только слушает лекцию. В ходе учебной лекции всем следует активно и целеустремленно работать.

К каждой лекции бакалавр должен быть подготовлен. Он более глубоко освоит материал, если, еще до начала лекции, уяснит: тему лекции, ее временные рамки и место в структуре курса. Весьма полезно, хотя бы в общих чертах, предварительно ознакомиться с соответствующей главой базового учебника или учебного пособия.

Во время лекции бакалавр должен вести конспект, кратко записывая главные тезисы, фиксируя ссылки на литературу, схемы, цифры и другой важный материал. Невозможно записать все, что говорит преподаватель, этого и не требуется, следует записывать лишь самое главное, оставляя место для последующей доработки конспекта при изучении литературы и подготовке к семинару.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию и работа на занятии

Подготовка к семинарскому занятию начинается с изучения плана семинара и рекомендованной литературы. Хороший конспект лекций без сомнения будет важным подспорьем при подготовке к семинару и для его работы на семинаре. В идеале каждый участник семинарского занятия должен быть готов к обсуждению всех его вопросов. При этом он может активно использовать записи в своем конспекте.

В соответствии с планом семинара бакалавры готовят специальные выступления по главным вопросам – доклады или рефераты. Доклад (реферат) представляет собой устное, либо письменное сообщение по определенной теме, основанное на анализе литературы. Кроме предложенной тематики рефератов, они могут быть написаны в форме «библиографического обзора» или «библиографического анализа» по определенной теме.

После обсуждения на семинаре рефераты должным образом оформляются, рецензируются преподавателем и рассматриваются в качестве начального этапа научно-исследовательской работы.

Работа на семинаре заключается в активном обсуждении учебных проблем, участии в дискуссии, они должны учиться задавать вопросы и отвечать на них, анализировать выступления товарищей. Важной задачей является приобретения навыков работы на различных формах семинарских занятий: «круглого стола», «деловой (ролевой) игры», «экспертной оценки» и т.д.

В ходе семинарских занятий осуществляется текущий контроль качества знаний. Чтобы раскрыть содержание темы доклада необходимо изучить литературу, выделить и сформулировать проблему, которая будет освещаться в докладе, разработать план изложения темы, сформулировать основные выводы. Доклады по проблемным вопросам, изучаемым в ходе семинаров, представляются устно. Желательно доклады рассказывать, а не читать. Приветствуется фиксация основных выводов по докладу на доске. Доклады оцениваются преподавателем, при этом учитывается содержание доклада, форма представления и интерес к докладу со стороны аудитории.

Рекомендации по анализу конкретных ситуаций

Анализ конкретных ситуаций (кейс-метод) – это последовательное, поэтапное моделирование решения по ситуации, которая отражает одну или

комплекс социальных проблем. В предлагаемых ситуациях студенту предоставляется возможность предложить собственное управленческое решение проблемы.

Структура кейса включает в себя следующие элементы:

- вспомогательная информация;
- описание конкретной ситуации;
- задания к кейсу.

Алгоритм выполнения задания:

- Осознание и формулировка проблемы на основе интерпретации ситуации.
- Поиск вариантов решения проблемы и выбор приемлемых решений.
- Оценка возможных последствий предложенных вариантов решения.
- Составление программы деятельности с учетом первоначальных целей и интересов субъектов ситуации.

При оценке работы по разбору конкретных ситуаций (кейсы) учитывается компетентность студента в раскрываемых вопросах, аргументированность собственной позиции.

Методические указания к выполнению реферата

Цели и задачи реферата

Реферат (от лат. *refero* — докладываю, сообщаю) представляет собой краткое изложение проблемы практического или теоретического характера с формулировкой определенных выводов по рассматриваемой теме. Избранная студентом проблема изучается и анализируется на основе одного или нескольких источников. В отличие от курсовой работы, представляющей собой комплексное исследование проблемы, реферат направлен на анализ одной или нескольких научных работ.

Целями написания реферата являются:

- развитие у студентов навыков поиска актуальных проблем современного законодательства;

- развитие навыков краткого изложения материала с выделением лишь самых существенных моментов, необходимых для раскрытия сути проблемы;
- развитие навыков анализа изученного материала и формулирования собственных выводов по выбранному вопросу в письменной форме, научным, грамотным языком.

Задачами написания реферата являются:

- научить студента максимально верно передать мнения авторов, на основе работ которых студент пишет свой реферат;
- научить студента грамотно излагать свою позицию по анализируемой в реферате проблеме;
- подготовить студента к дальнейшему участию в научно – практических конференциях, семинарах и конкурсах;
- помочь студенту определиться с интересующей его темой, дальнейшее раскрытие которой возможно осуществить при написании курсовой работы или диплома;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с мнением того или иного автора по данной проблеме.

Основные требования к содержанию реферата

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей *структуре* реферат состоит из:

1. Титульного листа;
2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает разделение на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует «перегружать» текст;
4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.
5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое – 3см, правое – 1,5 см, верхнее и нижнее – 1,5см.. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Порядок сдачи реферата и его оценка

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем по конкретной дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и

анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

Методические рекомендации по написанию эссе

Цель написания эссе состоит в формировании у студента умения вырабатывать и корректно аргументировать свою точку зрения на новые для автора (а часто и объективно спорные) проблемы. Особое внимание при подборе тем эссе уделено получению студентами первичных навыков приложения теоретических положений к практике. Поэтому во многих случаях студенту полезно мысленно поставить себя на место политолога-практика и попытаться написать эссе от его имени. Это позволит студенту глубже погрузиться в проблему, принять на себя все преимущества и издержки будущей профессии.

Эссе представляет собой самостоятельное аргументированное сочинение-размышление студента над поставленной проблемой или вопросом, выражающее индивидуальную точку зрения автора.

Цель написания эссе состоит в развитии самостоятельности творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать:

- описание проблемы (вопроса), на который студент отвечает в ходе своего исследования;
- теоретическое обоснование актуальности выбранной проблемы (вопроса) и изложение индивидуальной точки зрения автора относительно выбранной проблемы с использованием литературных источников;
- выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Требования к написанию эссе:

- обоснованность и оригинальность постановки и решения проблемы или вопроса;

- аргументированность основных положений и выводов;
- чёткость и лаконичность изложения собственных мыслей.

Объём эссе составляет 3-5 страниц.

Рекомендации по подготовке презентаций

Презентация – это форма представления информации, сочетающая в себе устное выступление (доклад) и использование технических средств для передачи визуальных образов.

Подготовка презентации включает в себя изучение материалов, публикаций по проблеме выступления; определение структуры презентации; подбор наглядных материалов, оформление их в слайды и написание текста выступления.

Структура и содержание каждого слайда должны быть продуманы. Дизайн слайдов должен быть простым и строгим; слайды должны быть выдержаны в одном стиле и цвете; рекомендуется на одном слайде размещать не более девяти строк и не более семи слов в строке. Слайд включает краткую, формализованную информацию, а выступление должно дополнить эту информацию содержательным смыслом. Типичная презентация на семинарском занятии не должна превышать 15 минут.

При оценке презентаций, докладов и эссе учитывается степень самостоятельности выполнения задания; творческая активность и новизна; глубина проработки материала; ясность, упорядоченность, согласованность и логичность изложения материала, техника презентации.

При оценке работы с литературой и источниками учитывается количество использованных источников; способность структурировать и верифицировать информацию, использование информации при выполнении практических заданий.

Тематика эссе:

1. Международный имидж России: стратегия формирования и продвижения
2. Диалоговые коммуникации органов публичной власти с населением и общественными организациями: состояние и перспективы развития.
3. PR – искусство, наука или технология?

Тематика презентаций

1. Пропаганда здорового образа жизни.
2. Продвижение имиджа политической партии в Интернете (на конкретном примере).
3. Имидж Дальневосточного федерального университета: составляющие компоненты и технологии продвижения.
4. Продвижение имиджа Приморского края.
5. Продвижение имиджа Приморского края в Интернете.
6. Организация PR-кампании в печатных СМИ.
7. Продвижение имиджа политического лидера в Интернете.
8. Сравнительный анализ различных каналов СМИ и возможностей их использования в PR-деятельности.
9. Виды барьеров процесса политической коммуникации.

Тематика рефератов

1. Роль кинематографа в PR-практике.
2. Деятельность службы PR политических партий (на конкретном примере).
3. PR в деятельности силовых структур.
4. PR в Интернете.
5. Работа с лидерами общественного мнения в онлайн-среде.
6. Технологии ведения информационно-психологических войн.
7. Противодействие информационной агрессии в сети Интернет.

8. Создание и продвижение персонального бренда политика в сети Интернет.

9. Лоббизм. Формы и методы лоббистской деятельности.

10. Слухи и сплетни как инструменты PR.

11. Деструктивные технологии в избирательных кампаниях.

12. Манипуляции в сфере общественных отношений.

13. Бренд и брендинг.

14. Социальная ответственность бизнеса: сущность и перспективы развития в России.

15. Технологии формирования позитивного общественного мнения в отношении решений и проектов органов государственной власти.

16. Агитационно-рекламное сопровождение избирательных кампаний.

17. Информационно-аналитическое сопровождение избирательных кампаний.

18. Юридическое сопровождение избирательных кампаний.

19. Внешнеполитическая пропаганда и PR.

20. Невербальные коммуникации и PR.

21. Лоббирование в представительных органах государственной власти как элемент политических PR-технологий.

22. Взаимодействие органов власти с политическими партиями и движениями, некоммерческими организациями.

23. Репутация органов власти как предмет деятельности службы по связям с общественностью.

24. Технологии демократического контроля в государственном и муниципальном управлении.

V. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименование	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел 1. Предмет, структура и основные функции общественных отношений	<p>ОПК-4; ПК-2</p> <p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные организационные формы в сфере общественных отношений; - этапы процесса по управлению общественными отношениями; - структуру и закономерности функционирования общественных отношений; - историю, правовые и этические аспекты общественных отношений; 	Тест (ПР-1) Реферат (ПР-4) Конспект (ПР-7)	Экзамен Вопросы 1-20
		<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить сегментацию групп общественности и определять целевые группы; - применять приемы формирования общественного мнения; - формулировать принципиальные положения и обосновывать планируемые мероприятия по управлению общественными отношениями при реализации политики организации или органов управления 	Доклад-презентация (УО-3) Практические задания (ПР-11)	
		<p>Владет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовыми технологиями отслеживания и формирования общественного мнения; - навыками определения и управления общественностью и общественным 	Практические задания (ПР-11)	

			мнением		
2	Раздел 2. Организация деятельности по управлению общественными отношениями	ОПК- 4; ПК-2	Знает: - основные механизмы взаимодействия государственных служб по связям с общественностью со СМИ, общественными организациями, политическими партиями и государственными структурами; - средства, методы и технологии общественных отношений; - организационные основы деятельности государственных служб по связям с общественностью	Тест (ПР-1) Реферат (ПР-4) Конспект (ПР-7)	Экзамен Вопросы 21-30
	Умеет: - разрабатывать кампании в сфере общественных отношений и оценивать их эффективность; - разрабатывать проекты программ по связям с общественностью для органов государственной власти и местного самоуправления; - планировать рабочие мероприятия в сфере общественных отношений; - проводить исследования в сфере общественных отношений; - реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями		Доклад-презентация (УО-3) Практические задания (ПР-11)		
	Владет: - средствами, методами и технологиями формирования общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественными		Практические задания (ПР-11) Тест (ПР-1) Доклад-презентация (УО-3)		

			<p>отношениями;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы со средствами массовой информации; - навыками формирования общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественными отношениями 		
3	Раздел 3. Общественные отношения в системе государственного и муниципального управления	ОПК-4; ПК-2	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные механизмы взаимодействия государственных служб по связям с общественностью со СМИ, общественными организациями, политическими партиями и государственными структурами; - средства, методы и технологии общественных отношений; - организационные основы деятельности государственных служб по связям с общественностью <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать кампании в сфере общественных отношений и оценивать их эффективность; - разрабатывать проекты программ по связям с общественностью для органов государственной власти и местного самоуправления; - планировать рабочие мероприятия в сфере общественных отношений; - проводить исследования в сфере общественных отношений; - реализовывать требования к информационному обеспечению в системе 	<p>Тест (ПР-1) Реферат (ПР-4) Конспект (ПР-7)</p>	<p>Экзамен Вопросы 31-50</p>

		управления общественными отношениями		
		<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - средствами, методами и технологиями формирования общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественными отношениями; - навыками работы со средствами массовой информации; - навыками формирования общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественными отношениями; - основными технологиями формирования и продвижения имиджа органа государственной или муниципальной власти, имиджа государственной и муниципальной службы 	<p>Практические задания (ПР-11)</p> <p>Тест (ПР-1)</p> <p>Доклад-презентация (УО-3)</p> <p>Эссе (ПР-3)</p>	

VI. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Васильева, М.М. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М.М. Васильева [и др.] ; отв. ред. М.М. Васильева. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – 495 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-394972>

2. Варакута, С.А. Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. – М.: НИЦ Инфра-М, 2017. – 207 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/371726>

3. Борщевский, Г.А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г.А. Борщевский. — М. : Издательство Юрайт, 2017. – 267 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-407619>

4. Марков, А.А. Связи с общественностью в органах власти. Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2017. – 190 с. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/368021>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Татарина, Г.Н. Управление общественными отношениями: учебник / Г.Н. Татарина. – СПб: Питер, 2014. – 315 с.

2. Варакута, С.А. Связи с общественностью : учеб. пособие / С.А. Варакута. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 205 с.

3. Дементьев, А.Н. Соотношение предмета и методов правового регулирования общественных отношений в сфере местного самоуправления /

А.Н. Дементьев // Конституционное и муниципальное право. – 2011. – № 1. – С. 46-53.

4. Капитонов, Э.А. Управление общественными отношениями : учеб. пособие для вузов / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. – М. : Дашков и К, 2012. – 366 с.

5. Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью : теория и технологии: учебник для вузов / В.Ф. Кузнецов. – М. : АспектПресс, 2014. – 301 с.

6. Мамедова, Н.А. Управление общественными отношениями : учеб. практ. пособие / Н.А. Мамедова, Т.А. Кривова. – Электрон. дан. – Москва : ЕАОИ, 2011. – 92 с. – Р // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10882.html>

7. Связи с общественностью : теория, практика, коммуникационные стратегии: учеб. пособие для вузов / ред. В.М. Горохов, Т.Э. Гринберг. – М. : АспектПресс, 2011. – 197 с.

8. Сергеев, Д.Б. Общественные отношения в муниципальном образовании : правовые аспекты / Д.Б. Сергеев // Российская юстиция. – 2011. – № 12. – С. 21-24.

9. Теория и практика связей с общественностью : учебник для вузов / А.В. Кочеткова и др. – СПб. : Питер, 2015. – 240 с.

10. Управление общественными отношениями : учебник / под общ. ред. В.С. Комаровского. – М. : РАГС, 2015. – 350 с.

11. Федулов, Ю.К. Управление общественными отношениями : учеб. пособие для вузов / ред. Ю.К. Федулов. – М.: Инфра-М; Вузовский учебник, 2013. – 151 с.

Нормативно-правовые материалы

1. Конституция Российской Федерации / Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года. – М.: Проспект, 2015. – 32 с.

2. «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» Федеральный закон от 5 мая 2006 года № 59-ФЗ. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>.

3. «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» Федеральный закон от 9 февраля 2009 года №8-ФЗ. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>.

4. «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» Федеральный закон от 27 июля 2010 года №210-ФЗ. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>.

5. «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» Указ Президента РФ от 7 мая 2012 г. № 601. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>.

6. «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» Указ Президента Российской Федерации от 21 августа 2012 г. № 1199. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>.

7. «Кодекс этики и служебного поведения государственных гражданских служащих Приморского края» Закон Приморского края от 7 сентября 2011 года № 808-КЗ. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/regbase> .

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет»

1. Официальный сайт Российской газеты: <http://www.rg.ru/>
2. Официальный сайт Парламентской газеты: <http://www.pnp.ru/>
3. Официальный сайт Собрания законодательства Российской Федерации: <http://www.szrf.ru/>
4. Официальный сайт Президента Российской Федерации: <http://www.kremlin.ru/>

5. Официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации: <http://www.council.gov.ru/>
6. Официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации: <http://www.duma.gov.ru/>
7. Официальный сайт Правительства Российской Федерации: <http://government.ru/>
8. Официальный сайт Совета Безопасности Российской Федерации: <http://www.scrf.gov.ru>
9. Официальный сайт Центральной избирательной комиссии Российской Федерации: <http://www.cikrf.ru>
10. Официальный сайт Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации
11. Официальный сайт Конституционного Суда Российской Федерации: <http://www.ksrf.ru/ru/Pages/default.aspx>
12. Официальный сайт Верховного Суда Российской Федерации: <http://www.supcourt.ru/>
13. Официальный сайт Генеральной прокуратуры Российской Федерации: <http://www.genproc.gov.ru/>
14. Официальный сайт Общественной палаты Российской Федерации: <http://www.oprf.ru>
15. Министерство здравоохранения и социального развития РФ – www.mzsrff.ru
16. Министерство экономического развития и торговли – www.economy.gov.ru
17. Министерство финансов Российской Федерации – www.minfin.ru
18. Министерство регионального развития РФ – www.minregion.ru
19. Министерство по налогам и сборам Российской Федерации – www.nalog.ru
20. Министерство сельского хозяйства РФ – <http://www.aris.ru>
21. Счетная палата РФ – <http://www.ach.gov.ru>

22. Базы данных отечественной и зарубежной периодики, журналы, труды конференций, зарубежные диссертации с полными текстами, издания и статистические ресурсы Всемирного банка и OECD, электронные книги, Экономический журнал Высшей школы экономики (доступ со всех компьютеров СПб филиала ГУ-ВШЭ по адресу <http://library.hse.ru/e-resources/e-resources.htm>).

23. Русский менеджмент <http://www.tokarev.nnov.ru/portal.htm> Портал, посвященный менеджменту: управление государством и регионами, отраслями и фирмой, бизнесу, консалтингу и пр.

24. Московский либертариум <http://www.libertarium.ru/libertarium> Многофункциональный ресурс, представляющий взгляд на различные проблемы (дерегулирование, интеллектуальная собственность и т.д.) с точки зрения сторонников либертарианства. Включает библиотеки и обзоры событий в России.

25. World Economic Forum <http://www.weforum.org/> Сайт посвящен обсуждению ключевых, в основном экономических, проблем современного мира.

26. Информационное агентство АК&М <http://www.akm.ru/> Информацию агентства используют в своей работе Аппарат Правительства РФ, Комитеты Государственной Думы РФ и Совета Федерации, Администрация Президента РФ и т.д.

27. Информационно-аналитический портал «Наследие» <http://www.nasledie.ru/> На сайте широко представлены материалы по следующим темам: тенденции экономического развития и экономическая безопасность, социальная политика, макроэкономика, финансы, бюджет, лица России, глобализация, государственный бюджет, внутренняя политика и др.

28. Прайм-ТАСС (агентство экономического развития) <http://www.prime-tass.ru/> Сайт известного информационного агентства, на котором в свободном

доступе представлена большая часть новостных лент, аналитических статей, комментариев и др.

29. Открытый бюджет. Регионы России <http://openbudget.karelia.ru>
Портал представляет собой информационно-справочную систему, в которой представлены данные о бюджетах и межбюджетных отношениях субъектов Российской Федерации, входящих в федеральные округа России. На портале присутствуют форумы, материалы проводимых конференций. Размещаются официальные документы, принятые на разных уровнях власти.

30. ОРЕС.RU – Экспертный канал «Открытая экономика» <http://www.opec.ru/>
Портал предоставляет новостную и аналитическую информацию о событиях, происходящих в экономике России и за рубежом. Широко представлена подборка экспертных мнений.

31. Россия и ВТО <http://www.wto.ru/ru/newsmain.asp>
Серьезное внимание уделяется освещению процесса переговоров о вступлении России в ВТО (по отдельным отраслям). Размещаются новости, различные аналитические и статистические материалы.

32. Экономический образовательный портал BizED <http://www.bized.ac.uk>
Содержит: обзор Интернет-ресурсов, существующих программ бизнес-обучения, Самый интересный раздел – ВИРТУАЛЬНЫЕ МИРЫ, который содержит несколько модулей «Воображаемая фабрика», «Воображаемая экономика», «Воображаемая развивающаяся страна» и т. д., которые могут быть загружены или запущены в он-лайн для симулирования образования.

33. Институциональная экономика <http://ie.boom.ru>
Сайт посвящен институциональному направлению в экономической науке и предоставляет широкий выбор отечественных и переводных материалов учебно-методического характера.

34. Статистический Портал StatSoft <http://www.statsoft.ru/home/portal/>
Портал представляет собой систему ссылок на разнообразные материалы по анализу данных, на нем содержится самая подробная информацию о

современных методах анализа, прогнозирования, классификации, визуализации и добычи данных в области эконометрики, бизнеса, финансов, биометрики, промышленных приложений, включая контроль качества, анализ и контролирование технологических процессов, исследование Интернет.

35. Информационно-аналитический комплекс «Бюджетная система РФ» <http://www.budgetrf.ru/> Проект представляет собой научную информационную базу для исследований и учебных программ в области бюджетной сферы. Размещаются данные и документы открытого характера, предоставляемые органами власти РФ, научными институтами, аналитическими центрами, публикации научных изданий, СМИ, учебные материалы.

36. Центр политической конъюнктуры <http://www.ancentr.ru/> Сайт Центра политической конъюнктуры. Представлены разделы: «Аналитика», «Обзоры СМИ», «Доклады», «Консалтинг». Действует Форум. В центре внимания – как вопросы непосредственно политики и политических технологий, так и более широкая социально-экономическая проблематика.

37. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» <http://ecsocman.edu.ru/> Большое количество материалов, связанных с управлением.

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G509, на 26 рабочих мест	7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии; Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows. Google Chrome – веб-браузер Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.)

	<p>Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows.</p> <p>Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграмм и блок-схем для ОС Windows.</p> <p>Mozilla Firefox – веб-браузер</p> <p>Notepad++ 6.68 – текстовый редактор</p> <p>R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твердотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных.</p> <p>WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu;</p> <p>Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации</p> <p>Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.</p>
--	---

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация дисциплины «Государственное управление общественными отношениями» предусматривает следующие виды учебной работы: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов, текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Освоение курса дисциплины «Государственное управление общественными отношениями» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех видов занятий с обязательным предоставлением отчета о работе, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Государственное управление общественными отношениями» является экзамен, который проводится в форме собеседования по вопросам к экзамену.

В течение учебного семестра обучающимся нужно:

- освоить теоретический материал (20 баллов);
- успешно выполнить аудиторные и контрольные задания (50 баллов);
- своевременно и успешно выполнить все виды самостоятельной работы (30 баллов).

Студент считается аттестованным по дисциплине «Государственное управление общественными отношениями» при условии выполнения всех

видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Критерии оценки по дисциплине «Государственное управление общественными отношениями» для аттестации на экзамене следующие: 86-100 баллов – «отлично», 76-85 баллов – «хорошо», 61-75 баллов – «удовлетворительно», 60 и менее баллов – «неудовлетворительно».

Пересчет баллов по текущему контролю и самостоятельной работе производится по формуле:

$$P(n) = \sum_{i=1}^m \left[\frac{O_i}{O_i^{max}} \times \frac{k_i}{W} \right],$$

где: $W = \sum_{i=1}^n k_i^n = \sum_{i=1}^n k_i^n$ для текущего рейтинга;

$W = \sum_{i=1}^m k_i^n = \sum_{i=1}^m k_i^n$ для итогового рейтинга;

$P(n)$ – рейтинг студента;

m – общее количество контрольных мероприятий;

n – количество проведенных контрольных мероприятий;

O_i – балл, полученный студентом на i -ом контрольном мероприятии;

O_i^{max} – максимально возможный балл студента по i -му

контрольному мероприятию;

k_i – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия;

k_i^n – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия, если оно является основным, или 0, если оно является дополнительным.

При подготовке к практическим занятиям каждый обучающийся обязан, прежде всего, изучить необходимый нормативный материал, а также его научное и правоприменительное толкование.

Важное значение придается формированию у студента умения ориентироваться в действующем законодательстве. Для этого, прежде всего, студент должен отслеживать изменения в законодательстве. При подготовке

к семинарским занятиям рекомендуется просматривать действующую на момент изучения редакцию того или иного нормативного акта.

Методические советы по подготовке и сдаче экзамена

Экзамен – проверочное испытание по какому-нибудь учебному предмету. Это своеобразный «венец», конечная форма изучения определенного предмета, механизм выявления и оценки результатов учебного процесса.

Цель экзамена – завершить курс обучения конкретной дисциплины, проверить сложившуюся у студента систему понятий и отметить степень полученных знаний. Тем самым экзамены содействуют решению главной задачи высшего образования – подготовке квалифицированных специалистов.

Основные функции экзаменов: обучающая, оценивающая и воспитательная.

Обучающее значение экзаменов состоит в том, что студент в период сессии вновь обращается к пройденному материалу, перечитывает конспект лекций, учебник, иные источники информации. Он не только повторяет и закрепляет полученные знания, но и получает новые. Во-первых, именно во время экзаменов «старые» знания обобщаются и переводятся тем самым на качественно новый уровень – на уровень системы как упорядоченной совокупности данных, что позволяет студенту понять логику всего предмета в целом. Во-вторых, новые знания студент получает в процессе изучения того, чего не было на лекциях и семинарских занятиях: отдельных тем, предложенных для самостоятельного изучения, новейшей научной литературы (монографий, статей и т. п.) и нормативной базы (законов и т. п.).

Оценивающая функция экзаменов заключается в том, что они не только обучают, но и подводят итоги как знаниям студентов (что выражается в конкретной оценке), так и в определенной степени всей работе по данному предмету.

Если экзамены принимаются объективно и доброжелательно, то они, бесспорно, играют и большую воспитательную роль: стимулируют у студентов трудолюбие, принципиальность, ответственное отношение к делу, развивают чувство справедливости, уважения к науке и преподавателям.

Экзамен, как и всякая иная форма учебного процесса, имеет свои нюансы, тонкости, аспекты, которые студенту необходимо знать и учитывать. Речь идет о таких вопросах, которых нет в экзаменационных билетах, но на которые студенту тоже нужно найти ответ: что и как запоминать при подготовке к экзамену; по каким источникам готовиться и на что направлять основные усилия; каким образом в максимальной степени использовать программу курса и т. п. Попытаемся дать ответ на эти и некоторые другие вопросы.

Перед экзаменом на консультации, как правило, спрашивают: нужно ли заучивать учебный материал? И да, и нет. Все зависит от того, что именно заучивать. Прежде всего, необходимо запоминать определение понятий, ибо именно в нем фиксируются признаки, показывающие их сущность и позволяющие отличить данное понятие от других.

Кроме того, студент в процессе заучивания определений конкретных понятий «наращивает» свою правовую культуру, формирует профессиональное правосознание, связанное со специфической терминологией и соответствующей будущей профессиональной деятельностью. Всякая наука, в том числе, наука о государственном управлении, имеет свою систему понятий, и студент, через усилия, запоминание конкретной учебной информации приобщается к данной системе, «поднимается» до ее уровня, говорит на ее языке, а не пытается объяснить суть той или иной категории с помощью обыденных слов. Это может исказить содержание рассматриваемых проблем, что недопустимо.

Однако преподаватель на экзамене проверяет не столько уровень запоминания учебного материала, сколько то, как студент понимает те или иные правовые категории и реальные практические проблемы, как умеет

мыслить, аргументировать, отстаивать определенную позицию, объяснять, передавать заученную дефиницию своими словами. Таким образом, для экзаменов необходимо разумное сочетание запоминания и понимания, простого воспроизводства учебной информации и работы мысли.

Следует иметь в виду, что некоторая учебная информация поддается так называемому «условно-гарантированному» запоминанию, т.е. запоминанию в расчете на помощь определенных подсобных учебно-методических средств и приемов. Речь, например, идет о той информации, которая содержится в программе курса (в ней зачастую перечисляются признаки отдельных наиболее сложных понятий, показывается их структура,

Критерии оценки:

В критерии оценки входит:

- уровень освоения студентом материала, предусмотренного учебной программой по дисциплине;
- умение студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- обоснованность, четкость, краткость изложения ответа.

Результаты сдачи экзамена дифференцируются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Критерии оценки знаний студентов:

- «отлично» – студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, грамотно, последовательно и стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и деятельностью органов внутренних дел, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допускает ошибок;
- «хорошо» – студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу его излагает, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет

необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий;

– «удовлетворительно» – студент усвоил только основной материал, не знает отдельных деталей, допускает неточности, не достаточно верные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает трудности при выполнении практических заданий;

– «неудовлетворительно» – студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями решает задачи и практические задания.

Рекомендации по использованию методов активного обучения

Для повышения эффективности образовательного процесса и формирования активной личности студента важную роль играет такой принцип обучения как познавательная активность студентов. Целью такого обучения является не только освоение знаний, умений, навыков, но и формирование основополагающих качеств личности, что обуславливает необходимость использования методов активного обучения, без которых невозможно формирование специалиста, способного решать профессиональные задачи в современных рыночных условиях.

Для развития профессиональных навыков и личности студента в качестве методов активного обучения целесообразно использовать методы ситуационного обучения, представляющие собой описание деловой ситуации, которая реально возникала или возникает в процессе деятельности.

Реализация такого типа обучения по дисциплине «Территориальное общественное самоуправление» осуществляется через использование ситуационных заданий, в частности кейс-задач, которые можно определить как методы имитации принятия решений в различных ситуациях путем проигрывания вариантов по заданным условиям.

Ситуационные задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы

получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях в органах государственной власти и местного самоуправления, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Решение кейс-задач студентам предлагается в конце практических занятий в завершении изучения определенной учебной темы, а знания, полученные на лекциях, должны стать основой для решения этих задач. Из этого следует, что студент должен владеть достаточным уровнем знания теоретического материала, уметь работать с действующей нормативной и технической документацией для оценки качества и эффективности использования земельных ресурсов. Это предполагает осознание студентом процесса принятия решений при оценке качества управленческих решений и вынесения решения по ситуационной задаче.

Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять в соответствии с действующей нормативной и технической документацией.

Таким образом, решение кейс-задач призвано вырабатывать следующие умения и навыки у студентов:

- проектирование создания органа территориального общественного самоуправления для конкретной территории на основе проведенного научного анализа;
- составление проектной и хозяйственно-экономической отчетности; разработки уставной, программной и рабочей документации;
- организация территориального общественного самоуправления на территории муниципального образования;
- речевая и коммуникационная культура и способность внедрения ее в свою повседневную жизнедеятельность;

– создание качественных презентаций разработанных проектов по созданию и организации деятельности территориального общественного самоуправления на конкретной территории муниципального образования.

Технология выполнения ситуационных задач включает в себя организацию самостоятельной работы обучающихся с консультационной поддержкой преподавателя. На этапе ознакомления с задачей студент самостоятельно оценивает ситуацию, изложенную в тексте, исследует теоретический материал, устанавливает ключевые факторы и проводит анализ проблем, изложенных в условии задачи. Затем составляет план действий и оценивает возможности его реализации. По окончании самостоятельного анализа студент должен ответить на вопросы, выполнить задания и составить письменный отчет по данному заданию.

Рекомендации по работе с литературой

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

– при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;

– для более глубокого усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;

– чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных источников (возможно альтернативных);

– не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо выделить и законспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

VIII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Государственная и муниципальная служба» необходимы:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Мультимедийная аудитория	Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigE, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

IX. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Шкала оценивания
ОПК-4	знает (пороговый уровень)	основные организационные формы в сфере общественных отношений; основные механизмы взаимодействия государственных служб по связям с общественностью со СМИ, общественными организациями, политическими партиями и государственными структурами	знание: основных организационных форм в сфере общественных отношений, механизмов взаимодействия государственных служб по связям с общественностью со СМИ, общественными организациями, политическими партиями и государственными структурами	Пороговый уровень 20 баллов

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Шкала оценивания
	умеет (продвинутый уровень)	разрабатывать кампании в сфере общественных отношений и оценивать их эффективность; разрабатывать проекты программ по связям с общественностью для органов государственной власти и местного самоуправления; проводить сегментацию групп общественности и определять целевые группы; применять приемы формирования общественного мнения	умение: разрабатывать проекты программ по связям с общественностью для органов государственной власти и местного самоуправления; применять приемы формирования общественного мнения	Продвинутый уровень 40 баллов
	владеет (высокий уровень)	средствами, методами и технологиями формирования общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественными отношениями; базовыми технологиями отслеживания и формирования общественного мнения; навыками работы со средствами массовой информации; навыками определения и управления общественностью и общественным мнением	владение - современными средствами, методами и технологиями формирования общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественными отношениями	Высокий уровень 60 баллов
ПК-2	знает (пороговый уровень)	этапы процесса по управлению общественными отношениями; средства, методы и технологии общественных отношений; структуру и закономерности функционирования общественных отношений; историю, правовые и этические аспекты общественных отношений; организационные основы деятельности государственных служб по связям с общественностью	знание: закономерностей функционирования общественных отношений; истории, правовых и этических аспектов общественных отношений; организационных основ деятельности государственных служб по связям с общественностью	Пороговый уровень 20 баллов
	умеет (продвинутый уровень)	формулировать принципиальные положения и обосновывать планируемые	умение: планировать рабочие мероприятия в сфере общественных отношений; проводить исследования в сфере	Продвинутый уровень 40 баллов

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Шкала оценивания
		<p>мероприятия по управлению общественными отношениями при реализации политики организации или органов управления; планировать рабочие мероприятия в сфере общественных отношений; проводить исследования в сфере общественных отношений; реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями</p>	<p>общественных отношений</p>	
	<p>владеет (высокий уровень)</p>	<p>навыками формирования общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественными отношениями; основными технологиями формирования и продвижения имиджа органа государственной или муниципальной власти, имиджа государственной и муниципальной службы</p>	<p>владение - технологиями отслеживания и формирования общественного мнения; технологиями формирования и продвижения имиджа органа государственной или муниципальной власти, имиджа государственной и муниципальной службы</p>	<p>Высокий уровень 60 баллов</p>

Зачетно-экзаменационные материалы

Промежуточный контроль включает в себя оценку знаний на практических и семинарских занятиях, а также оценку самостоятельной работы студентов.

Текущая аттестация работы студентов осуществляется в процессе проведения семинарских занятий на протяжении семестра путём оценки устных ответов, а также решения тестов и задач.

Если студент не выполнил ни одного задания, а также не проявлял активности на семинарах, то его работа, в течение семестра, оценивается как

неудовлетворительная. Однако, даже при этом, студент допускается к зачёту как итоговой форме контроля знаний.

Если студент пропускает занятия по уважительной причине (по болезни, график свободного посещения и т.д.), то он выполняет задания самостоятельно, во внеаудиторное время, знакомя преподавателя с полученными результатами. При этом тесты могут быть заменены разбором проблемных ситуаций по названным темам.

Предполагается также промежуточная аттестация в форме контрольного тестирования и выполнения контрольных работ.

Итоговой формой контроля по дисциплине является экзамен.

Экзамен служит формой проверки усвоения студентами учебного материала лекционных занятий и практических работ, а также самостоятельной работы студентов.

Результат сдачи экзамена оценивается по 5-балльной системе.

Критерии оценки (устного доклада, сообщения, в том числе выполненных в форме презентаций):

100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

85-76 баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов.

Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки презентации/доклада

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора;
- следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) презентации; желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание;
- дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста;
- последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

Оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			
Раскрытие Проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

Критерии оценивания конспекта

- содержательность конспекта, соответствие плану, 3 балла;
- отражение основных положений, результатов работы автора, выводов, 5 баллов;
- ясность, лаконичность изложения мыслей студента, 3 балла;
- наличие схем, графическое выделение особо значимой информации, 1 балл;

- соответствие оформления требованиям, 1 балл;
- грамотность изложения, 1 балл;
- конспект сдан в срок, 1 балл.

Максимальное количество баллов: 15.

14-15 баллов соответствует оценке «5»

11-13 баллов – «4»

8-10 баллов – «3»

менее 8 баллов – «2»

Критерии оценки реферата

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем по конкретной дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

<i>Отлично</i>	<p>Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения проблемы.</p> <p>Студент умеет выражать аргументированное мнение по сформулированной проблеме, точно определяя ее содержание и составляющие.</p> <p>Студент не только умеет использовать учебную литературу, но и анализировать первоисточники и исследования по избранной теме.</p> <p>Студент владеет навыками самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа литературы.</p> <p>Реферат не содержит фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы.</p> <p>Реферат снабжен необходимым библиографическим аппаратом и оформлен с соблюдением требований ДВФУ к письменным работам студентов.</p> <p>В ходе устной защиты реферата студент демонстрирует свободное владение материалом, уверенные и аргументированные ответы на</p>
----------------	--

	вопросы.
<i>Хорошо</i>	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся ссылки на первоисточники и исследования. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.
<i>Удовлетворительно</i>	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ избранной для рассмотрения проблемы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы
<i>не удовлетворительно</i>	Реферат представляет собой пересказанный или полностью переписанный текст каких-то источников, учебников или исследований без комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретические составляющие темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении реферата. В ходе устной защиты реферата студент демонстрирует слабое владение материалом, не может аргументировано и полно ответить на вопросы.

Критерии выставления оценки студенту на экзамене

Итоговой формой контроля по дисциплине является экзамен.

Экзамен служит формой проверки усвоения студентами учебного материала лекционных занятий и практических работ, а также самостоятельной работы студентов.

Результат сдачи экзамена оценивается по 5-балльной системе.

Оценка **«отлично»** выставляется за глубокое знание предусмотренного программой материала, содержащегося в основных и дополнительных рекомендованных литературных источниках, за умение четко, лаконично и логически последовательно отвечать на поставленные вопросы, за умение анализировать изучаемые явления в их взаимосвязи и диалектическом развитии, применять теоретические положения при решении практических задач.

Оценка **«хорошо»** – за твердое знание основного (программного) материала, в том числе расчетов (при необходимости), за грамотные, без

существенных неточностей ответы на поставленные вопросы, за умение применять теоретические положения для решения практических задач.

Оценка **«удовлетворительно»** – за общее знание только основного материала, за ответы, содержащие неточности или слабо аргументированные, с нарушением последовательности изложения материала, за слабое применение теоретических положений при решении практических задач.

Оценка **«неудовлетворительно»** – за незнание значительной части программного материала, за существенные ошибки в ответах на вопросы, за неумение ориентироваться в расчетах, за незнание основных понятий дисциплины.

Оценка объявляется студенту сразу по окончании им ответа и проставляется в зачетную ведомость. В зачетную книжку проставляются только положительные оценки.

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Определение и система общественных отношений.
2. Функциональный и функционерский подходы к общественным отношениям.
3. Многообразие определений понятия «общественные отношения».
4. История становления общественных отношений как сферы деятельности.
5. Правовое регулирование сферы общественных отношений за рубежом.
6. Правовое регулирование общественных отношений в России.
7. Международные и национальные сообщества в сфере общественных отношений.
8. Этические хартии, кодексы и декларации в сфере общественных отношений.
9. Коммуникативная модель общественных отношений.

10. Коммуникативные каналы в сфере общественных отношений и их емкость.

11. Понятие и основные признаки общественности.

12. Типология групп общественности.

13. Целевые и приоритетные группы общественности.

14. Сущность и основные функции общественного мнения.

15. Характерные особенности общественного мнения.

16. Структура, субъект и объект общественного мнения.

17. Способы и механизмы управления общественным мнением.

18. Основные сферы деятельности и роль специалиста по общественным отношениям.

19. Функции и основные направления деятельности подразделения по общественным отношениям.

20. Консультирование в сфере общественных отношений.

21. Виды агентств по деятельности в сфере общественных отношений.

22. Определение и задачи кампании в сфере общественных отношений.

23. Исследования в сфере общественных отношений.

24. Планирование кампании в сфере общественных отношений.

25. Практическая реализация кампании в сфере общественных отношений.

26. Методики оценки кампании в сфере общественных отношений.

27. Средства массовой информации и правила их использования в сфере общественных отношений.

28. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественных отношений.

29. Организационные формы взаимодействия со СМИ.

30. Пресс-посредничество как важнейший метод работы в сфере общественных отношений.

31. Новостная информация: определение, классификация, основной и дополнительный вес новости.

32. Приемы конструирования новостной информации.
33. Механизмы управления новостной информацией.
34. Формы подачи информационно-новостных материалов.
35. Мероприятия для СМИ.
36. Документальные материалы для СМИ.
37. Виды документов для внешней и внутренней общественности.
38. Специальные мероприятия в сфере общественных отношений.
39. Специальные методы в сфере общественных отношений.
40. Внутрикорпоративные мероприятия и документы в сфере общественных отношений.
41. Понятие и роль имиджа в сфере общественных отношений.
42. Уровни и разновидности имиджа.
43. Особенности персонального имиджа в органах власти.
44. Особенности корпоративного имиджа.
45. Основные технологии и проблемы формирования имиджа.
46. Деятельность в сфере общественных отношений в условиях подготовки к кризисам и во время их развития.
47. Основные части антикризисной программы в сфере общественных отношений.
48. Информационная политика Российской Федерации.
49. Общественные отношения как неотъемлемая часть избирательных технологий.
50. Избирательные технологии в сфере общественных отношений.

Вопросы для самоконтроля знаний

1. Что понимают под связями с общественностью (PR)?
2. Как соотносятся понятие PR с понятиями пропаганда, идеология, публицити, лоббирование, реклама, маркетинг?
4. Какие четыре модели PR-коммуникаций выделил Дж.Грюниг и чем они отличаются друг от друга?

5. Известный теоретик и практик PR Великобритании, автор первого учебника «Введение в Паблик Рилейшинз», переведенного на русский язык?

6. Кто является автором работы «Декларация о принципах», ставшей своеобразным этическим PR-кодексом?

7. Кто является автором работ «Свобода и новость» и «Общественное мнение»?

8. Кто является автором работы «Кристаллизация общественного мнения» и первого учебного курса по практике и этике PR в Нью-Йоркском университете?

9. Когда были образованы международная, европейская и российская ассоциации по PR?

10. Какие содержание в теории и практике PR вкладывается в понятия: «общественность», «приоритетная общественность», «аудитория», «целевая аудитория», «лидеры общественного мнения»?

11. Как формируется общественность согласно ситуационной теории общественности Дж.Грунига?

12. Как понимал Дж. Груниг «необщественность», «осведомленную общественность», «латентную общественность» и «активную общественность»?

13. Что понимают под коммуникацией?

14. Какие свойства превращают взаимодействие субъектов в коммуникацию?

15. Что такое вербальные и невербальные коммуникации?

16. Основные составляющие процесса коммуникации (адресант, адресат, сообщение, код, канал).

17. Что такое коммуникационные шумы и барьеры?

18. Что понимается под процессами кодирования и декодирования?

19. В чем заключаются сильные и слабые стороны использования в PR-практике разных каналов СМИ: газет, журналов, телевидения и радио?

20. Каковы основные принципы связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления?

21. Что понимают под открытостью и транспарентностью органов государственной власти и местного самоуправления?

22. Каковы критерии эффективности связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления?

23. Каковы современные диалоговые формы коммуникации органов власти и общественности?

24. В каком году была создана Общественная палата Российской Федерации и какие функции она выполняет?

25. В каком году были приняты федеральные законы «О средствах массовой информации» и «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», их положения, важные для PR- практики органов государственной власти и местного самоуправления?

26. Что понимают под государственной информационной политикой?

27. Каковы основные функции пресс-службы органов власти?

28. Что такое мониторинг, персс-клипинг, спин-доктор и менеджмент новостей?

29. Что понимается под такими формами подачи информации, как кейс-стори, пресс-релиз, байлайнер, дайджест, дезинформация, сенсация, эксклюзив, пресс-кит?

30. Что понимают под информационным поводом, информационным продуктом, новостью и медиа-планом?

31. Чем отличаются смысловая и повествовательная модели новостного производства?

32. Каковы функции пресс-секретаря, имиджмейкера, спичрайтера, ньюсмейкер?

33. Что такое пресс-тур и пресс-кит?

34. Что отличает брифинг и презентацию от пресс-конференции?

35. Что понимают под стратегией PR-кампании?
36. Какие методы анализа внешней и внутренней среды организации используются в PR-практике?
37. Содержание этапов PR- кампании, описанных Дж. Марсоном как система RACE.
38. Что такое миссия организации?
39. Что понимают под общественным мнением и каковы его основные компоненты?
40. Что такое социальные стереотипы, социальные мифы?
41. Что такое ценности убеждения, интересы и мотивы личности как социально-психологические аспекты PR-деятельности?
42. Что такое слухи и какие факторы влияют на их появление и распространение?
43. Что такое пропаганда и контрпропаганда?
44. Что такое убеждение, внушение и манипулирование как способы воздействия на общественное сознание?
45. Каковы основные технологии внушения и убеждения, используемые для формирования общественного мнения?
46. В чем смысл технологии «спираль молчания»?
47. Как используется в PR-практике технологии давления на мнение людей с помощью образа большинства, силой авторитета и престижа?
48. Что такое имидж, репутация и бренд и как соотносятся эти понятия?
49. Каковы основные функции и компоненты основных характеристик имиджа?
50. Какое содержание вкладывается в следующие типы имиджа: желаемый, зеркальный, текущий, идеальный?
51. В чем смысл технологий позиционирования, дистанцирования, сегментации электорального рынка при построении избирательных и имиджевых стратегий?

52. Что понимают под избирательной системой, избирательной кампанией, выборами, избирательной процедурой и избирательной технологией?

53. Как в избирательных кампаниях используются слоганы, политическая реклама, агитация?

54. Что такое директ-майл и дирек-маркетинг?

55. Что такое абсентеизм как форма поведения избирателей?

55. Что такое лоббирование?

56. Что такое фаундрайзинг?

57. Что такое с позиций PR-практики кризис?

58. Какие типы кризисов возможны?

59. Какие фазы развития кризиса выделяют?

60. Каковы задачи PR-служб на каждой из фаз развития кризиса?

Примеры практических заданий

Задание 1. Связи с общественностью (PR) как социальный феномен

Создать и заполнить таблицу, отражающую различия по содержанию и форме реализации следующих практических моделей PR-коммуникаций: пресс-посредническая, информирование общественности, двухсторонняя асимметричная коммуникация, двухсторонняя симметричная коммуникация.

Задание 2. Общественность в сфере управления общественными отношениями

Выделить группы общественности некоммерческой организации, работающей с беспризорниками; туристической фирме, работающей во Владивостоке; Приморского кондитера.

Задание 3. Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления

Разработайте варианты направлений деятельности по связям с общественностью органа государственной власти субъекта Российской Федерации и органа местного самоуправления

Задание 4. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления

Проанализируйте материалы городских и региональных СМИ и определите, какие приемы управления информацией наиболее часто используются?

Задание 5. Стратегическое планирование и реализация PR-программ

Выделите наборы потенциальных кризисных ситуаций вызванных внешними и внутренними факторами, для органа местного самоуправления. Проведите SWOT-анализ внешней и внутренней среды для определения задач PR-стратегии.

Примеры тестов для промежуточного контроля

1. Общая черта, характерная для пропаганды и связей с общественностью:

- а) установка заставить людей принять определенную точку зрения;
- б) воздействие на ценности индивида;
- в) наличие двухстороннего канала связи между субъектами коммуникации;
- г) потребитель информации может принять или отвергнуть ее.

2. Модель развития PR, выделенная Дж. Грунигом, которая предполагает объективную, но только позитивную информацию:

- а) пресс-посредническая;
- б) общественная информация;
- в) асимметричная коммуникация;
- г) двусторонняя симметричная коммуникация.

3. Преимущество радиовоздействия по отношению к телевидению и печатным СМИ:

- а) визуальные темы новостей запоминаются лучше вербальных тем;
- б) непостоянный характер аудитории;
- в) эффект присутствия на месте событий;
- г) оперативность в подаче информации.

4. Лицо, пишущее тексты выступлений для другого лица:

- а) спичрайтер;
- б) респондент;
- в) ньюсмейкер;
- г) имиджмейкер.

5. Принцип связей с общественностью, требующий «прозрачность» деятельности органов власти, их публичной отчетности:

- а) законность;
- б) транспарентность;
- в) системность;
- г) оперативность.

6. Черта, отличающая брифинг от пресс-конференции:

- а) специально организованная встреча с журналистами;
- б) обязательность вопросов журналистов;

в) использование элементов презентации;

г) содержание встречи ограничено одним информационным поводом.

Оценочные средства для проверки сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Задание
ОПК-4 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	<p>1. Руководитель возвращает вам подготовленный вами документ со следующим замечанием: «вы пишете то «исполнительные органы государственной власти субъекта Российской Федерации», то «органы исполнительной власти субъекта Российской Федерации». Уточните, как правильно писать это словосочетание и исправьте документ». Правомерно ли замечание? Каковы ваши действия?</p> <p>2. На публичном общественном обсуждении одного из законодательных актов правительства автономного округа, в котором обсуждаются меры ответственности за экономические нарушения, вам говорят из зала: «Бесполезно этот законопроект обсуждать. У нас авторитарное правление, как начальник скажет, так и будет. Кроме того, все законы у нас в основном репрессивные, так как власть исходит из положения, что человек нечестен, ленив, жаден». Что вы ответите?</p> <p>3. Вас спрашивают во время встречи с общественностью: «Когда говорят о разделении властей, это значит, что все органы государственной власти делятся на три ветви – законодательную, исполнительную и судебную, или что власть делят между собой федеральные органы власти, органы власти субъектов Федерации и муниципальные органы»? Что вы ответите?</p>
ПК-2	<p>1. Составьте аналитическую записку о достоинствах и недостатках общераспространенной практики, когда федеральные и региональные управленческие команды формируются новыми высшими руководителями (министрами, губернаторами), что ведет к почти полной смене кадрового состава.</p> <p>2. Составьте аналитическое сообщение для выступления руководителя по количественным данным динамики основных показателей социально-экономического развития Приморского края за последние три года.</p>

