

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Санкт-Петербургский университет  
Государственной противопожарной службы МЧС России»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**СВЯЗЬ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ**

**Бакалавриат по направлению подготовки  
38.03.04 Государственное и муниципальное управление  
направленность (профиль) «Государственное управление в области защи-  
ты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций»**

Санкт-Петербург

## 1. Цели и задачи дисциплины

### Цели освоения дисциплины:

Овладеть знаниями, навыками и умениями необходимыми для осуществления внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций, обеспечения взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

### Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины

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

### Задачи дисциплины:

- дать обучающимся базовые знания в области теории и практики связей с общественностью в системе государственного управления;
- сформировать представление о современном статусе и основных направлениях деятельности служб по связям с общественностью в государственных структурах;
- заложить основы понимания актуальных проблем взаимодействия органов государственного управления и институтов гражданского общества;
- познакомить с основными методическими аспектами организационного планирования и технологиям PR-деятельности в государственных учреждениях;
- дать некоторые практические навыки осуществления деятельности по связям с общественностью в системе государственного управления.

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

|   |   |
|---|---|
| Индикаторы достижения компетенции   | Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций   |
| Использует основные этапы и виды коммуникаций; структуру процесса коммуникации; функции и принципы общения; основные законы психологии; принципы развития и закономерности функционирования организации ОПК-7.1 | Знает   |
|   | Принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования ОПК-7.1.РО-1<br>Правовые и этические аспекты деятельности в коммуникативной сфере; специфику форм делового общения (деловых совещаний, бесед, переговоров, дискуссий, презентаций, «круглых столов», пресс- |

|   |  |
|---|--|
|   | конференций»), консультирования ОПК-7.1.РО-2   |
|   | Умеет  |
|   | Применять методы установления контакта, использовать эффективную стратегию взаимодействия ОПК-7.1.РО-3                                 |
|   | Ориентироваться в закономерностях функционирования организации ОПК-7.1.РО-4  |
| Применяет умения устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения; анализировать процессы коммуникации в организации и выявлять области их улучшения ОПК-7.2 | Знает  |
|   | Приёмы общения и контролирования коммуникации; методы налаживания внешних и внутренних коммуникаций в организации ОПК-7.2.РО-1         |
|   | Современные технологии влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации ОПК-7.2.РО-2                                      |
|   | Умеет  |
|   | Анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию ОПК-7.2.РО-3 |
|   | Выявлять слабые и сильные стороны сотрудников; выражать мысли; эффективно слышать и слушать партнера ОПК-7.2.РО-4                      |

### **3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, направленность (профиль) Государственное управление в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций.

### **4. Структура и содержание дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

#### 4.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам и формам обучения

##### для очной формы обучения

| Вид работы                                      | Трудоемкость |      |              |
|---|--------------|------|--------------|
|   | з.е.         | час. | по семестрам |
|   |              |      | 7            |
| Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану | 2            | 72   | 72           |
| Контактная работа, в том числе:                 |              | 36   | 36           |
| <b>Аудиторные занятия</b>                       |              | 36   | 36           |
| Лекции (Л)                                      |              | 18   | 18           |
| Практические занятия (ПЗ)                       |              | 18   | 18           |
| <b>Самостоятельная работа (СР)</b>              |              | 36   | 36           |
| в том числе:                                    |              |      |              |
| <b>Зачет</b>                                    |              | +    | +            |

#### 4.2. Тематический план, структурированный по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и работ

##### для очной формы обучения

| № п.п. | Наименование тем  | Всего часов | Количество часов по видам занятий |                      | Контроль | Самостоятельная работа |
|--------|---|-------------|-----------------------------------|----------------------|----------|------------------------|
|        |   |             | Лекции                            | Практические занятия |          |                        |
| 1      | 2   | 3           | 4                                 | 5                    | 6        | 7                      |
| 1      | Исторические типы связи государственной службы с общественностью                                  | 8           | 2                                 | 2                    |          | 4                      |
| 2      | Коммуникационный менеджмент в становлении и развитии государственности                            | 8           | 2                                 | 2                    |          | 4                      |
| 3      | Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах государственной власти                | 8           | 2                                 | 2                    |          | 4                      |
| 4      | Нормативно-правовые основы PR-деятельности в органах государственного управления                  | 8           | 2                                 | 2                    |          | 4                      |
| 5      | Организация и планирование деятельности по связям с общественностью в государственных учреждениях | 8           | 2                                 | 2                    |          | 4                      |
| 6      | Информационное обеспечение связей с общественностью в органах государственной власти              | 10          | 2                                 | 2                    |          | 6                      |
| 7      | Внешние связи и политические коммуникации в структуре государственного управления                 | 10          | 2                                 | 2                    |          | 6                      |
| 8      | Корпоративный PR в учреждениях органов власти   | 12          | 4                                 | 4                    |          | 4                      |
|        | <b>Зачет</b>  | +           |                                   |                      | +        |                        |
|        | <b>Итого</b>  | 72          | 18                                | 18                   |          | 36                     |

### 4.3 Содержание дисциплины для обучающихся: очной формы обучения

#### **Тема 1. Исторические типы связи государственной службы с общественностью**

**Лекция.** Понятия «государство», «гражданское общество» и «политическое участие». Взаимоотношения государства с общественностью. Структура и методы воздействия групп общественности граждан на особенности и характер их политической культуры и политического участия. Анализ понятия политической культуры (признание/непризнание гражданами существующего политического решения; понимание гражданами своего места и роли в формировании гражданского общества и полноценного государства). Общество консенсусной демократии.

Особая роль государства в истории России. Технологии политического управления (политические технологии), политические технологии как совокупность методов, приемов, форм, процедур, обеспечивающих и регламентирующих взаимодействие граждан и институтов власти. Виды и уровни государственной власти в России. Органы государственной власти. Понятие госслужбы и ее функции. Модели государственной службы России. Модель рациональной бюрократии М.Вебера. Переориентация государственной службы и ее критерии. Взаимоотношение власти с гражданами на различных ступенях развития цивилизации (патриархальные принципы, рациональная бюрократия, отзывчивая модель). Государственная служба как открытая система. Современные проблемы взаимодействия государственной службы и гражданского общества. Принципы организации государственной службы в демократическом обществе (близость к гражданам, сотрудничество, привлечение граждан в качестве объекта и активного субъекта управления). Адаптивность, способность к саморазвитию, развитая технология взаимодействия с общественностью, критерии открытости системы управления и власти. Фактор открытости системы государственного и муниципального управления, как важная особенность демократичной модели управления, формируемой в России в современных условиях. Представление интересов и создание атмосферы взаимного доверия.

#### **Практическое занятие.**

1. Анализ основных характеристик выбранного института государственного управления.
2. Определение отраслевых и коммуникационных проблем, связанных с реализацией основной деятельности госучреждения.
3. Назовите основные недостатки в деятельности госслужбы.
4. Какие новые принципы взаимоотношений между государством и обществом реализуются в новой модели государственной службы?

**Самостоятельная работа.** Изучить: понятия «государство», «гражданское общество», «политическая культура», «политическое участие», основные концепции взаимоотношений между представителями различных групп общественности и государственными органами управления.

#### **Рекомендуемая литература:**

основная [1,2];  
дополнительная [1,2].

## **Тема 2. Коммуникационный менеджмент в становлении и развитии государственности**

**Лекция.** Социальное поведение и его типы. Влияние социального поведения на социальные изменения в обществе. Понятие, виды, формы, уровни и модели коммуникации. Массовая и социальная коммуникация: характерные черты и особенность. Публичные коммуникации. Межличностные коммуникации.

Способы распространения информации и каналы коммуникации. Политическая коммуникация как необходимый атрибут политического решения. Роль коммуникации в становлении и развитии государственности. Демократические принципы и методы общественного диалога между гражданским обществом и властью.

Понятие, типология и механизмы формирования общественности. Критерии сегментации PR-аудитории. Типы контактных аудиторий и классификация групп общественности. Понятие, сущность и структура общественного мнения. Функциональные особенности общественного мнения. Методы исследования и анализа общественного мнения. Факторы воздействия, средства и механизмы формирования и корректировки общественного мнения. Технологии массовой манипуляции общественным сознанием.

### **Практическое занятие.**

- 1.** Мониторинг и контент-анализ публикаций в средствах массовой коммуникации о деятельности органа государственного управления.
- 2.** Определение общественного мнения в адрес госучреждения.
- 3.** Характеристика субъектов коммуникационного воздействия органа государственной власти.

**Самостоятельная работа.** Изучить: понятие, виды, уровни, модели и механизмы массовой, социальной и политической коммуникации; основные функции коммуникации в социально-политической организации; роль коммуникации в формировании и функционировании государственных структур.

### **Рекомендуемая литература:**

основная [1,2];  
дополнительная [1,2].

## **Тема 3. Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах государственной власти**

**Лекция.** Определение, основные понятия и сущность «связей с общественностью (PR)», их место в системе государственной службы. Отличие связей с общественностью в бизнесе и в органах власти. Основной круг проблем PR связанных с деятельностью органов государственной власти и управления. Исторические условия возникновения и развития связей с общественностью в госучреждениях. Этапы становления PR в России. Эволюция развития связей с общественностью и важнейшие черты современных PR.

Фундаментальные принципы, лежащие в основе PR. Типы, виды, направления деятельности по связям с общественностью. Модели, цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных структурах. Проблемное поле PR-деятельности в органах государственной власти. Специфика функционирования PR в органах государственной власти. Видоизменения технологии PR в зависимости от уровня управления. Контрагенты служб PR, спектр PR и спектр PR услуг.

Субъекты и объекты PR-коммуникации. Определение внутренней и внешней среды профессиональной деятельности специалистов PR. Операции государственного органа по связям с общественностью. Технологии связей с общественностью.

#### **Практическое занятие.**

1. Обоснуйте на примере конкретных исторических периодов различных стран специфику становления отраслевых связей с общественностью.

2. Охарактеризуйте условия становления связей с общественностью в органах государственного управления.

3. Укажите круг PR-проблем, связанных с деятельностью органов государственной власти.

4. Определить актуальность деятельности по связям с общественностью в органах власти и управления.

**Самостоятельная работа.** Изучить: основные понятия и сущность «связей с общественностью»; фундаментальные принципы организации связей с общественностью в государственных структурах; специфику функционирования и основные направления деятельности связей с общественностью в органах государственной власти; коммуникационные связи органа государственной власти с институтами PR

#### **Рекомендуемая литература:**

основная [1,2];

дополнительная [1,2].

### **Тема 4. Нормативно-правовые основы PR-деятельности в органах государственного управления**

**Лекция.** Государственная служба и гражданское общество: взаимовлияние, взаимосозидание, взаимоконтроль. Значение социально-правового института государственной службы и зависимость его становления от взаимодействия с политическими институтами общества, общественными объединениями и партиями. Государственная служба как форма представительства гражданского общества. Процесс становления этики и социокультурного единства государственной службы.

Нормативно-правовое обеспечение деятельности по связям с общественностью в учреждениях государственной власти. Законодательная база деятельности PR-служб в органах государственной власти. Профессиональные объединения по связям с общественностью. Этические кодексы профессионального поведения PR-специалиста. Нормативная документация, регламентирующая деятельность институтов PR.

### **Практическое занятие.**

1. Проблемы взаимосвязи государственной службы и демократии. Дискуссионный аспект.
2. Правовое обеспечение коммуникационной деятельности в органах государственного управления.
3. Этическое регулирование PR-деятельности в госструктурах.
4. Обоснование необходимости разработки и использования кодекса профессиональной этики государственного служащего.

**Самостоятельная работа.** Изучить: нормативно-правовую базу связей с общественностью, профессиональные кодексы и стандарты по связям с общественностью.

### **Рекомендуемая литература:**

основная [1,2];

дополнительная [1,2].

## **Тема 5. Организация и планирование деятельности по связям с общественностью в государственных учреждениях**

**Лекция.** Связи с общественностью как важнейший элемент деловых отношений в государственном секторе, и неотъемлемая часть эффективного управления любой организованной формой деятельности. Особенности управления PR в государственных учреждениях (Д. Марсон о четырех функциях; PR-система Рейс). Фактор активных действий по достижению доброжелательности сохранения репутации, внутренних отношений. Этапы проектирования и планирования PR-кампаний в государственном секторе.

Институты PR. Структура служб связей с общественностью на федеральном, региональном и муниципальном уровне. Функции, общественно-значимые цели и задачи PR-служб. Координационные аспекты взаимодействия пресс-службы с органами государственной власти. Основные направления деятельности пресс-службы. Базовые формы работы PR-служб с внешними и внутренними контактными аудиториями. Информационный и устроительный PR. Сущность special event как PR-технологии. Характеристика основных форм PR-мероприятий.

Планирование и организация деятельности пресс-центра. Стратегическое планирование PR-деятельности в госслужбе. Особенности формирования перспективного плана работы службы PR. Ситуативный план PR-кампании. Принципы составления отчета о PR-деятельности в органах государственной власти.

Место пресс-секретаря в пресс-службе. Функциональные обязанности пресс-секретаря. Индивидуальный стиль деятельности и условий, обеспечивающих эффективность работы пресс-секретаря.

### **Практическое занятие.**

1. Организация и управление PR-деятельностью в государственных учреждениях.
2. Анализ PR-службы конкретного госоргана: структура, цели, задачи, функции, направления деятельности.
3. Анализ деятельности пресс-секретаря органа государственного управления.



#### 4. Разработка перспективного плана работы PR-службы госструктуры.

**Самостоятельная работа.** Изучить: планирование и организацию деятельности пресс-центра; технологию разработки перспективного плана работы, отчетную документацию служб по связям с общественностью.

**Изучить:** основные коммуникативные средства; принципы современных коммуникаций с общественностью в государственных учреждениях; методы изучения политического рынка.

**Рекомендуемая литература:**

основная [1,2];

дополнительная [1,2].

### **Тема 6. Информационное обеспечение связей с общественностью в органах государственной власти**

**Лекция.** Аналитическая деятельность службы PR. Методы исследования политических процессов. Мониторинг общественного мнения. Техника сбора и обработки информации. Пресс-клиппинг. Роль службы PR в анализе политических и социальных процессов.

Специфика взаимодействия PR-службы и членов государственной команды с печатью, радио телевидением, как одним из важнейших из условий эффективности деятельности государственной службы. СМИ как инструмент продуцирования и распространения информации (знания, нормы, ценности) для сознательного и действительного участия в жизни государства и общества. Медиарилейшнз: содержательные, организационные и процессуальные аспекты коммуникации госслужбы с представителями средств массовой коммуникации.

Менеджмент новостей. Формирование и сегментирование информационного потока. Манипулирование информацией. Специфика распространения информации через СМК. Приоритетная поставка информации. Информационное партнерство. Основные формы и методы подготовки информационно-новостных материалов. Правила инициирования и передачи новостных PR-материалов в СМИ. Структура и сущность PR-сообщения. Психолингвистические особенности и универсальные правила написания PR-текстов. Типы и виды PR-текстов. Технология паблицити и промоушн. Формирование концепции материалов паблицити. Составление и разработка PR-обращений. Технологические аспекты подготовки и проведения интервью в представителями государственных структур управления. Специальные мероприятия для представителей СМК. Классификация пресс-событий. Технология подготовки и проведения пресс-конференции.

**Практическое занятие.**

1. Мониторинг СМК и подготовка пресс-клиппинга.
2. Создание информационных поводов и работа с ними.
3. Подготовка пресс-релиза.
4. Практикум организации и проведение пресс-конференции

**Самостоятельная работа.** Изучить: технологии и методы аналитической деятельности служб по связям с общественностью в органах власти; основные формы подачи информационно-новостных материалов и техноло-

гию взаимодействия с представителями СМИ; специфику организации и проведение пресс-конференции;

**Рекомендуемая литература:**

основная [1,2];

дополнительная [1,2].

**Тема 7. Внешние связи и политические коммуникации в структуре государственного управления**

**Лекция.** Современные политические PR-технологии России. Цели и задачи политического PR. Реализация информационной политики государства через коммуникационные кампании. Способы политического воздействия и инструменты связей с общественностью в властных структурах.

Основные характеристики, структурные компоненты внешней среды. Базовые формы работы PR-служб государственных структур с внешними контактными аудиториями. Взаимодействие с общественными организациями. Работа с жителями: общественная приемная, письма граждан, социальная реклама, вовлечение населения в реализацию государственных программ, собрания, встречи, отчеты. Альтернативные способы взаимодействия с населением. Связи с бизнес-ассоциациями. Взаимодействие с выборными должностными лицами: официальное и неофициальное общение. Контроль жалоб. Персональный контакт. Финансовая информация. Лоббизм как идеология и технология влияния на властные структуры. Цели, задачи, субъекты и формы лоббирования. Направления работы групп интересов и групп давления. Виды, методы и технология лоббирования. Предпринимательский лоббизм. Интегрированное свойство GR как социальная практика по выстраиванию долгосрочных, эффективных и взаимовыгодных отношений с органами государственной власти всех уровней бизнеса и общественных организаций.

Избирательный (политический маркетинг). PR-обеспечение избирательных кампаний. Политическое консультирование: диагностика политического процесса, выявление проблемных аспектов, выработку путей их разрешения и консультирование проектов. Стратегия и тактика избирательной кампании. Моделей выборных кампаний. Основные этапы разработки политических коммуникационных технологий. Технология спичрайтинга. Тактики избирательной кампании. Методика воздействия на электоральные группы. Методы и приемы политических манипуляций. PR-средства и приемы для повышения рейтинга кандидата. Приемы дискредитации конкурента. Феномен слухов. Их классификация, профилактика и оперативное устранение.

**Практическое занятие.**

1. Анализ эффективности внешней PR-деятельности в органах власти.
2. Характеристика представленных инициатив, исходящих из госструктуры и механизмы их лоббирования.
3. Разработка материалов PR-сопровождения учреждения государственной власти в политической сфере.

**Самостоятельная работа.** Изучить: цели и задачи политического PR; способы и механизмы политического воздействия и инструменты связей с общественностью в органах власти.

**Рекомендуемая литература:**

основная [1,2];

дополнительная [1,2].

**Тема 8. Корпоративный PR в учреждениях органов власти**

**Лекция.** Внутрикорпоративные коммуникации, Internal and employee communications (HR); сущность, цель, задачи, функции. Внутренняя ответственность. Корпоративная социальная ответственность и способы ее реализации в государственных структурах. Создание и управление информационным пространством внутри компании. Корпоративные коммуникативные процессы и мероприятия.

Внутрифирменная политика учреждения государственной власти как эффективный механизм управления человеческим фактором. Виды коммуникаций во взаимоотношениях с персоналом. Формирование и укрепление корпоративной культуры организации и лояльности персонала. PR-технологии развития корпоративной культуры. Использование информационных источников для формирования корпоративной культуры организации. Задачи, принципы организации и структура корпоративных печатных материалов. Контроль PR-службой мотивации сотрудников, поддержания благоприятного психологического и морального климата коллектива. Формирование и упрочение корпоративных традиций. Создание корпоративных стандартов в структуре государственной власти и управления.

Имиджевые технологии в политической сфере. Необходимость установления доверительных отношений между субъектом и объектом политического управления. Проблема создания благоприятного образа власти, политических решений, государственной структуры, персоны управленца, региона.

Формирование, поддержание и корректировка позитивного имиджа политической структуры или управленческой организации. Технология создания личного имиджа государственного служащего или политика. Личностно-профессиональные характеристики государственного служащего и особенности работы в государственном учреждении. Создание позитивных и негативных case-study, ведение архивов. Представительские акции в PR-технологиях. Посткризисные информационно-имиджевые акции государственных структур.

**Практическое занятие.**

1. Анализ корпоративной культуры государственной структуры.
2. Разработка программы внутренних коммуникаций.
3. Проектирование мероприятий корпоративного PR.
4. Формирование имиджа руководителя госоргана или политика.

**Самостоятельная работа.** Изучить: специфику внутренних коммуникаций в госуправлении; проанализировать имидж руководителя государственной структуры или политика.

**Рекомендуемая литература:**

основная [1,2];  
дополнительная [1,2].

## **5. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины**

При реализации программы дисциплины используются лекционные и практические занятия.

Общими целями занятий являются:

- обобщение, систематизация, углубление, закрепление теоретических знаний по конкретным темам дисциплины;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства интеллектуальной и практической деятельности;
- выработка при решении поставленных задач профессионально значимых качеств: самостоятельности, ответственности, точности, творческой инициативы.

Целями лекции являются:

- дать систематизированные научные знания по дисциплине, акцентировав внимание на наиболее сложных вопросах;
- стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся, способствовать формированию их творческого мышления.

В ходе практического занятия обеспечивается процесс активного взаимодействия обучающихся с преподавателем; приобретаются практические навыки и умения. Цель практического занятия: углубить и закрепить знания, полученные на лекции, формирование навыков использования знаний для решения практических задач; выполнение тестовых заданий по проверке полученных знаний и умений.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на углубление и закрепление знаний, полученных на лекциях и других занятиях, выработку навыков самостоятельного активного приобретения новых, дополнительных знаний, подготовку к предстоящим занятиям.

## **6. Оценочные материалы по дисциплине**

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины, проводится в соответствии с содержанием дисциплины по видам занятий в форме опроса, докладов, тестирования. контрольной работы (написание контрольной работы обучающимися является формой допуска к зачету)

Промежуточная аттестация обеспечивает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине, проводится в форме зачета.

## **6.1. Примерные оценочные материалы:**

### **6.1.1. Текущего контроля**

#### **Типовые вопросы для опроса:**

1. Специфика организации деятельности по связям с общественностью в системе государственной службы.
2. Дайте определение понятия «связи с общественностью».
3. Назовите принципы организации связей с общественностью.
4. Какие основные виды и направления деятельности по связям с общественностью в органах власти?
5. Что понимается под термином «общественность»?
6. Дайте определение понятия общественного мнения
7. Методики и технология формирования общественного мнения
8. Характеристика моделей связей с общественностью в государственных структурах.
9. Назовите цели и задачи связей с общественностью в органах власти.
10. Дайте характеристику функций связей с общественностью в органах власти.

#### **Типовые темы для докладов:**

1. Технология имиджирования в органах власти.
2. Специфика взаимодействия органов власти со СМИ.
3. Техника распространение информации через СМИ.
4. Технология промоушн в политической сфере.
5. Организация и проведение презентаций с максимальным освещением в прессе.
6. Технология проведение пресс-конференций
7. Информационное обеспечение деятельности госструктур
8. Непубличный PR.
9. Технология лоббирования.
10. Управленческая модель связей с общественностью в органах власти.
11. Специфика деятельности пресс-службы в органах власти.

#### **Типовые задания для контрольной работы:**

1. Исторические типы связей властных структур с общественностью.
2. Государственная служба и общественность в конфликтной ситуации.
3. Политическая культура в области PR.
4. Технологии коммуникаций органов госуправления с населением.
5. Информационная политика органов государственной власти.
6. Государственная политика и эффективность деятельности служб PR.
7. Политическая реклама: сущность, формы и методы деятельности.
8. PR в сфере политики: типы, структура и методология деятельности.
9. Деятельность PR в период массовых политических кампаний.
10. Связи с общественностью в мультикультурной среде.
11. Оптимизация межкорпоративных отношений государственной службы.
12. PR системе российского социально-политического менеджмента.

13. Сравнительный анализ PR-деятельности в органах власти различных субъектов Российской Федерации.
14. SMO как направление деятельности по связям с общественностью в государственных органах власти.
15. SMM в деятельности по связям с общественностью
16. Блог как инструмент личного PR в политической сфере.
17. Современные методы пропаганды в системе государственного управления.
18. Мифотехнологии в политическом PR.

Историческая оценка периода советской пропаганды

#### **Типовые задания для тестирования:**

1. На какие основные группы можно разделить все определения PR? (отметить правильные варианты)
  - a. нормативные
  - b. правовые
  - c. профессионально-отраслевые
  - d. аналитические
2. Какой из перечисленных способов распространения, передачи информации неверный:
  - a. коммуникация через средства массовой информации с помощью печатных и электронных средств массовой информации
  - b. коммуникация через организации
  - c. коммуникация через межличностные контакты
  - d. коммуникация через социальные институты
3. Сопоставьте группы и их определения  
1.V2V 2.V2G 3.V2S 4.G2V 5.G2G
  - a. между коммерческими организациями;
  - b. между государством и организациями;
  - c. между коммерческими организациями и «третьим сектором»;
  - d. между коммерческими организациями и органами власти;
  - e. между собственно органами государственной власти;
4. Пропаганда — это...
  - a. активная рекламная компания, направленная на массы
  - b. распространение и навязывание массам политических или каких-либо иных идей
  - c. агитационные действия, призванные поддержать политические идеи и планы государства

#### **6.1.2. Промежуточной аттестации**

##### **Примерный перечень вопросов, выносимых на зачет**

1. Государственная служба в системе современного государственного управления: основные характеристики и содержание деятельности.
2. Современные проблемы взаимодействия государственной службы и гражданского общества.
3. Роль коммуникации в становлении и развитии государственности.

4. Типы контактных аудиторий и классификация групп общественности.
5. Технологии массовой манипуляции общественным сознанием.
6. Формально-юридический и реальный облик госслужащего.
7. Взаимодействие политиков и госслужащих в модели «отзывчивой» госслужбы.
8. Положение о PR-службах властных структур.
9. Ресурсы и статус PR-служб в органах региональной власти.
10. Механизмы формирования модели «отзывчивой» госслужбы.
11. Цели, задачи, функции, основные виды и формы связей с общественностью в госструктурах.
12. Причины недоверия граждан к органам власти и пути их решения.
13. Структура и специфика российского государственного PR-рынка.
14. PR-служба Президента РФ; цели, задачи, функции отделов.
15. Формы взаимодействия государственной службы с населением: избиратели, налогоплательщики и клиенты.
16. Взаимодействие государственной службы с выборными должностными лицами.
17. Механизм взаимодействия PR-служб со СМИ.
18. Структура правительственных PR-служб и основные задачи структурных подразделений.
19. Формирование имиджа властных структур: задачи и проблемы.
20. Анализ и механизмы формирования общественного мнения.
21. Организация PR-служб при региональных органах власти.
22. Задачи PR-отдела при местных органах власти.
23. Этическое регулирование PR-деятельности.
24. Правовое обеспечение PR-деятельности
25. Организация и планирование работы службы общественных связей в органах государственной власти и управления.
26. Специфика организации политических коммуникаций.
27. Внутренние коммуникации и корпоративный PR.
28. Функциональные обязанности пресс-секретаря.
29. Аналитическая деятельность PR-службы в государственных органах.
30. Формирование имиджа руководителя госслужбы.

## **6.2. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок**

Система оценивания включает:

| Форма контроля | Показатели оценивания         | Критерии выставления оценок  | Шкала оценивания |
|----------------|-------------------------------|--|------------------|
| зачет          | правильность и полнота ответа | Минимальные требования для получения зачета: обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; усвоены основные категории дисциплины; при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает за- | зачтено          |

|  |  |  |            |
|--|--|--|------------|
|  |  | труднения в последовательности их изложения; могут быть допущены недочёты, исправленные в процессе ответа самостоятельно или с помощью преподавателя   |            |
|  |  | Обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; не способен аргументированно и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом; допущены ошибки в определении понятий при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов. | не зачтено |

## 7. Ресурсное обеспечение дисциплины

### 7.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- Microsoft Windows 7 Professional – ПО-BE8-834 [Лицензионное]
- Microsoft Office Standard 2010 – ПО-413-406 [Лицензионное]
- 7-Zip – ПО-F33-948 [Свободно распространяемое]
- Adobe Acrobat Reader – ПО-F63-948 [Свободно распространяемое]
- Google Chrome – ПО-F2C-926 [Свободно распространяемое]
- МойОфис Образование – ПО-41В-124 [Свободно распространяемое - Отечественное]

### 7.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Информационная справочная система — Сервер органов государственной власти Российской Федерации <http://россия.пф/> (свободный доступ); профессиональные базы данных — Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru/> (свободный доступ); федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru> (свободный доступ); система официального опубликования правовых актов в электронном виде <http://publication.pravo.gov.ru/> (свободный доступ); федеральный портал «Совершенствование государственного управления» <https://ar.gov.ru> (свободный доступ); электронная библиотека университета <http://elib.igps.ru> (авторизованный доступ); электронно-библиотечная система «ЭБС IPR BOOKS» <http://www.iprbookshop.ru> (авторизованный доступ).

### 7.3. Литература

#### Основная литература:

1. Чилингир Е.Ю. Реклама и связи с общественностью: учебное пособие для СПО / Чилингир Е.Ю. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар



Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/95335.html>

2. GR-менеджмент: партнерское взаимодействие с органами государственной и муниципальной власти: учебно-методическое пособие / Я.Я. Кайль [и др.]. — Курск: Университетская книга, 2019. — 222 с. — ISBN 978-5-907205-59-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92821.html>

#### **Дополнительная литература:**

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И.М. Синяева [и др.]. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>
2. Хамаганова К.В. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / Хамаганова К.В. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. — 186 с. — ISBN 978-5-7937-1487-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102682.html>

#### **7.4. Материально-техническое обеспечение**

Для проведения и обеспечения занятий используются помещения, которые представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: автоматизированное рабочее место преподавателя, маркерная доска, мультимедийный проектор, документ-камера, посадочные места обучающихся.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

**Автор:** кандидат культурологических наук, доцент Брындина Г.В.