

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Горбунов Алексей Александрович

Должность: Заместитель начальника университета по учебной работе

Дата подписания: 24.09.2024 15:10:13

Уникальный программный ключ:

286e49ee1471d400cc1f45539d51ed7bbf0e9cc7

**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) «Материально-техническое обеспечение»

Санкт-Петербург

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.

1. 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 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

2. 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, профиль Материально-техническое обеспечение.

3. 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
Аудиторные занятия		36	36
Лекции (Л)		18	18
Практические занятия (ПЗ)		18	18
Самостоятельная работа (СРС)		36	36
в том числе:			
Зачет		+	+

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
	Зачет	+			+	
	Итого	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 госуправления.

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 паблисити и промоушн. Формирование концепции материалов паблисити. 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. Внутрикorporативные 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 личностного 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.B2B 2.B2G 3.B2S 4.G2B 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.рф/> (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.