

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»

Кафедра управления производством

**Согласовано**  
на научно-методическом совете  
экономического факультета  
«23» мая 2023 г.

**Утверждено**  
решением кафедры управления  
производством  
«16» марта 2023 г.  
протокол № 7

**Рабочая программа дисциплины**

**Связи с обществом в органах власти**

Направления подготовки: **38.03.04 Государственное и муниципальное  
управление**

Направленность (профиль) подготовки: **Государственное и муниципальное  
управление сельскими территориями**

Квалификация: **бакалавр**

Форма обучения **очная, очно-заочная, заочная**

Смоленск 2023

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.04 ГМУ

Составитель

доцент кафедры

управления производством к.э.н., Н.В. Москалева

Рецензент:

доцент кафедры экономики

и бухгалтерского учёта, к.э.н. Е.В. Яроцкая

**1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в ОПОП ВО индикаторами достижения компетенций**

**1.1. Перечень компетенций, формируемых учебной дисциплиной**

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)</b>
<b>Общепрофессиональная компетенция</b>	
<b>ОПК-7</b> Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	<b>ИД-4.ОПК-7</b> Владеет способами и методами взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, а также навыками взаимодействия через средства массовой информации
<b>Профессиональная компетенция</b>	
<b>ПК-4</b> Владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	<b>ИД-2.ПК-4</b> Владеет способами и методами взаимодействия органов власти с обществом, а также базовыми технологиями формирования общественного мнения

## 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
<b>Общепрофессиональная компетенция</b> ОПК-7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	
<b>ИД-4.ОПК-7</b> Владеет способами и методами взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, а также навыками взаимодействия через средства массовой информации	<b>Знать (З):</b> полный объем требований: <ul style="list-style-type: none"> <li>– виды внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– методы взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> <li>– способы взаимодействия через средства массовой информации</li> </ul>
	<b>Уметь (У):</b> основные умения при решении задач: <ul style="list-style-type: none"> <li>– ранжировать виды внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– осуществлять взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> <li>– <i>применять</i> способы взаимодействия через средства массовой информации</li> </ul>
	<b>Владеть (В):</b> основные навыки в решении задач: <ul style="list-style-type: none"> <li>– методологией внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– технологией осуществлять взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> <li>– навыками взаимодействия через средства массовой информации</li> </ul>

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
<b>Профессиональная компетенция</b> ПК-4 Владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	
<b>ИД-2.ПК-4</b> Владеет способами и методами взаимодействия органов власти с обществом, а также базовыми технологиями формирования общественного мнения	<b>Знать (З):</b> полный объем требований: <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– традиционные и современные методы взаимодействия органов власти с обществом</li> </ul>
	<b>Уметь (У):</b> основные умения при решении задач: <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать основные технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– использовать базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– использовать традиционные и современные методы взаимодействия органов власти с обществом</li> </ul>
	<b>Владеть (В):</b> основные навыки в решении задач: <ul style="list-style-type: none"> <li>– технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– способностью использовать базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– владеть традиционными и современными методами взаимодействия органов власти с обществом</li> </ul>

## 2. Цели и задачи освоения учебной дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Связи с обществом в органах власти» входит в обязательную часть Б1.О.34

Цель дисциплины «Связи с обществом в органах власти» – формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций, теоретических знаний и практических навыков в области связи с обществом в политике и государственном управлении: специфики работы и механизмы управления.

Задачи дисциплины – системное описание специфики развития связи с общественностью в государственном управлении, история и современные тенденции; - выработка навыков написания пресс-материалов; анализ особенностей работы пресс-служб государственных структур; изучение взаимодействия государственных структур и общественных организаций, коммерческих структур; выявление специфики государственной информационной политики России; выработка навыков ведения переговоров.

**3. Объем учебной дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

### 3.1 Очная форма обучения

Вид учебной работы	7 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	2
часов	72
Аудиторная (контактная) работа, часов	32
в т.ч. занятия лекционного типа	16
Занятия семинарского типа	16
Самостоятельная работа обучающихся, часов	38
контроль	2
Вид промежуточной аттестации	зачет

### 3.2 Очно – заочная форма обучения

Вид учебной работы	8 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	2
часов	72
Аудиторная (контактная) работа, часов	16
в т.ч. занятия лекционного типа	8
Занятия семинарского типа	8
Самостоятельная работа обучающихся, часов	54
контроль	2
Вид промежуточной аттестации	зачет

### 3.3 Заочная форма обучения

Вид учебной работы	9 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	2
часов	72
Аудиторная (контактная) работа, часов	4
в т.ч. занятия лекционного типа	2
Занятия семинарского типа	2
Самостоятельная работа обучающихся, часов	64
контроль	4
Вид промежуточной аттестации	зачет

**4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**  
**4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций**

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Наименован ие оценочного средства	Код ИДК
	всего	в том числе			
		аудиторной (контактной) работы	Самостоя тельной работы		
Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления.	16	8	8	Коллоквиум реферат	ИД-4.ОПК-7; ИД-2.ПК-4
1.1. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	8	4	4		
1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	8	4	4		
Раздел 2. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе.	54	24	30	Коллоквиум Реферат,	ИД-4.ОПК-7; ИД-2.ПК-4
2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.	18	8	10		
2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.	18	8	10		
2.3 Связи с общественностью в государственных структурах	18	8	10		
Итого за семестр	70	32	38		
контроль	2				
Итого по дисциплине	72				

### Очно-заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Наименование оценочного средства	Код ИДК
	всего	в том числе			
		аудиторной (контактной) работы	Самостоятельной работы		
Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления.	34	4	30	Коллоквиум реферат	ИД-4.ОПК-7; ИД-2.ПК-4
1.1. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	17	2	15		
1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	17	2	15		
Раздел 2. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе.	36	12	24	Коллоквиум Реферат,	ИД-4.ОПК-7; ИД-2.ПК-4
2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.	12	4	8		
2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.	12	4	8		
2.3 Связи с общественностью в государственных структурах	12	4	8		
Итого за семестр	70				
контроль	2				
Итого по дисциплине	72				

### Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Наименование оценочного средства	Код ИДК
	всего	в том числе			
		аудиторной (контактной) работы	Самостоятельной работы		
Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления.	33	1	32	Коллоквиум реферат	ИД-4.ОПК-7; ИД-2.ПК-4
1.1. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	16	-	16		
1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	17	1	16		
Раздел 2. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе.	35	3	32	Коллоквиум Реферат,	ИД-4.ОПК-7; ИД-2.ПК-4
2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.	11	1	10		
2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.	11	1	10		
2.3 Связи с общественностью в государственных структурах	13	1	12		
Итого за семестр	68				
контроль	4				
Итого по дисциплине	72				

### 4.2 Содержание дисциплины по разделам и темам

#### Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления.

**Цель** – формирование компетенций, необходимых для системного представления у обучающихся понятия «связи с обществом» из каких компонентов складываются коммуникативные системы.

**Задачи** - овладеть необходимым объемом знаний и навыков для системного описания специфики развития связи с общественностью в государственном управлении, история и современные тенденции;

#### Перечень учебных элементов раздела:

**1.1. История, концепции, функции «Связей с общественностью».** Коммуникативные системы общественных связей. «Паблик рилейшнз» как управляющая элемент общественных связей. История развития Паблик Рилейшнз как науки. Виды Паблик Рилейшнз. Современная индустрия PR. Определение понятия PR-технологий. Релайтер - специалист по связям с общественностью. Объемы PR-услуг в России. PR-агентства России.

**1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими.** Понятия «информация» и «управление». Информация — стратегический ресурс государственного управления. Содержание и специфика информационной деятельности в органах государственной власти. Приемы и методы территориально административных структур управления в связях с общественностью. Теории информационного общества. Концептуальные подходы и принципы организации. Организация связей с



общественностью в системе государственного управления на федеральном, региональном (субъектном) и местном уровнях.

## **Раздел 2. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе.**

**Цель** – выработка умений ориентироваться в существующем многообразии подходов к пониманию сущности и роли деятельности по связям с общественностью;

**Задачи** - овладеть необходимым объемом знаний и навыков для использования современных средств связи и информационных технологий для работы с информацией и принятия решений конкретных управленческих решений в сфере связей с обществом.

### **Перечень учебных элементов раздела:**

#### **2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.**

Роль связи с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции связи с общественностью. Теория двухступенчатой коммуникации. Критические теории массовых коммуникаций. Социальные последствия и особенности межличностной, специализированной (профессиональной) и массовой коммуникации. Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей.

#### **2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.**

Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Основные составляющие имиджа. Факторы, влияющие на восприятие имиджа. Технологии построения имиджей. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Требования, предъявляемые к связям с общественностью в организациях. Отдельные аспекты связей с общественностью по формированию доверия к организации, взаимоотношения со СМИ, с обществом, с сотрудниками, с потребителями; финансовые отношения, политические отношения.

#### **2.3. Связи с общественностью в государственных структурах.**

Связи с общественностью в государственных структурах. Роль PR в государственной системе. Модели связей с общественностью в государственных организациях. Цели связей с общественностью в государственном управлении. Отличия связи с общественностью в структурах государственного и бизнес управления. Субъекты государственного PR – рынка. Структура российского государственного PR - рынка. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ. Пресс-клиппинг как PR - технология. Роль PR в государственной системе. Перспективы развития государственного рынка PR.

## **4.3 Тематический план по очной форме обучения**

### **Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления.**

**Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа-лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации)**

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
1.1. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	Коммуникативные системы общественных связей. «Паблик рилейшнз» как управляющая элемент общественных связей. История развития Паблик Рилейшнз как науки. Виды Паблик Рилейшнз. Современная индустрия PR. Определение понятия PR-технологий. Релейтер - специалист по связям с общественностью. Объемы PR-услуг в России. PR-агентства России.	2

1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	Понятия «информация» и «управление». Информация — стратегический ресурс государственного управления. Содержание и специфика информационной деятельности в органах государственной власти. Приемы и методы территориально административных структур управления в связях с общественностью. Теории информационного общества. Концептуальные подходы и принципы организации. Организация связей с общественностью в системе государственного управления на федеральном, региональном (субъектном) и местном уровнях.	2
---	---	---

**Контактная работа обучающихся с преподавателем(занятия семинарского типа- семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)**

Тема	Видработы (методпроведения)	Трудо емкость, часов
1.1. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	Групповая дискуссия*	2
1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	Групповая дискуссия*	2

**\* учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 1–8 часов**

#### **Самостоятельная работа**

Тема	Трудо емкость, часов	Наименование оценочного средства
1.1. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	4	коллоквиум реферат
1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	4	

## **Раздел 2. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе.**

**Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа-лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации)**

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.	Роль связи с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции связи с общественностью. Теория двухступенчатой коммуникации. Критические теории массовых коммуникаций. Социальные последствия и особенности межличностной, специализированной (профессиональной) и массовой коммуникации. Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей.	4
2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Основные составляющие имиджа. Факторы, влияющие на восприятие имиджа. Технологии построения имиджей. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Требования, предъявляемые к связям с общественностью в организациях. Отдельные аспекты связей с общественностью по формированию доверия к организации, взаимоотношения со СМИ, с обществом, с сотрудниками, с потребителями; финансовые отношения, политические отношения.	4

2.3 Связи с общественностью в государственных структурах	Связи с общественностью в государственных структурах. Роль PR в государственной системе. Модели связей с общественностью в государственных организациях. Цели связей с общественностью в государственном управлении. Отличия связи с общественностью - структурах государственного и бизнес управления. Субъекты государственного PR – рынка. Структура российского государственного PR - рынка. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ. Пресс-клиппинг как PR - технология. Роль PR в государственной системе. Перспективы развития государственного рынка PR.	4
--	---	---

**Контактная работа обучающихся с преподавателем(занятия семинарского типа- семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)**

Тема	Форма и метод проведения занятия	Трудоемкость, часов
2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.	Групповая дискуссия*	4
2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.	Групповая дискуссия*	4
2.3 Связи с общественностью в государственных структурах	Работа в группе	4

**\* учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 2– 4 часа.**

#### **Самостоятельная работа**

Тема	Трудоемкость, часов	Наименование оценочного средства
2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.	10	коллоквиум реферат
2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.	10	
2.3 Связи с общественностью в государственных структурах	10	

#### **4.4 Тематический план по очно-заочной форме обучения**

##### **Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления.**

**Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа-лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации)**

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
1.1. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	Коммуникативные системы общественных связей. «Паблик рилейшнз» как управляющая элемент общественных связей. История развития Паблик Рилейшнз как науки. Виды Паблик Рилейшнз. Современная индустрия PR. Определение понятия PR-технологий. Релейтер - специалист по связям с общественностью. Объемы PR-услуг в России. PR-агентства России.	1
1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	Понятия «информация» и «управление». Информация — стратегический ресурс государственного управления. Содержание и специфика информационной деятельности в органах государственной власти. Приемы и методы территориально административных структур управления в связях с общественностью. Теории информационного общества. Концептуальные подходы и принципы организации. Организация связей с общественностью в системе государственного управления на федеральном, региональном (субъектном) и местном уровнях.	1

**Контактная работа обучающихся с преподавателем(занятия семинарского типа- семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)**

Тема	Видработы (методпроведения)	Трудо емкость, часов
1.1. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	Групповая дискуссия*	1
1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	Групповая дискуссия*	1

**\* учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 1–2 часа**

#### **Самостоятельная работа**

Тема	Трудо емкость, часов	Наименование оценочного средства
1.1. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	15	коллоквиум реферат
1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	15	

### **Раздел 2. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе.**

**Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа-лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации)**

Тема	Вопросы	Трудоемко сть, часов
2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.	Роль связи с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции связи с общественностью. Теория двухступенчатой коммуникации. Критические теории массовых коммуникаций. Социальные последствия и особенности межличностной, специализированной (профессиональной) и массовой коммуникации. Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей.	2
2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Основные составляющие имиджа. Факторы, влияющие на восприятие имиджа. Технологии построения имиджей. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Требования, предъявляемые к связям с общественностью в организациях. Отдельные аспекты связей с общественностью по формированию доверия к организации, взаимоотношения со СМИ, с обществом, с сотрудниками, с потребителями; финансовые отношения, политические отношения.	2
2.3 Связи с общественностью в государственных структурах	Связи с общественностью в государственных структурах. Роль PR в государственной системе. Модели связей с общественностью в государственных организациях. Цели связей с общественностью в государственном управлении. Отличия связи с общественностью - структурах государственного и бизнес управления. Субъекты государственного PR – рынка. Структура российского государственного PR - рынка. Проблемы взаимоотношений	2

	региональных органов власти и СМИ. Пресс-клиппинг как PR - технология. Роль PR в государственной системе. Перспективы развития государственного рынка PR.	
--	---	--

**Контактная работа обучающихся с преподавателем(занятия семинарского типа- семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)**

Тема	Форма и метод проведения занятия	Трудоемкость, часов
2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.	Работа в группе	2
2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.	Групповая дискуссия*	2
2.3 Связи с общественностью в государственных структурах	Групповая дискуссия*	2

**\* учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 2– 4часа.**

#### **Самостоятельная работа**

Тема	Трудоемкость, часов	Наименование оценочного средства
2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.	8	коллоквиум реферат
2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.	8	
2.3 Связи с общественностью в государственных структурах	8	

#### 4.5. Тематический план по заочной форме обучения

##### Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления.

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа-лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	Понятия «информация» и «управление». Информация — стратегический ресурс государственного управления. Содержание и специфика информационной деятельности в органах государственной власти. Приемы и методы территориально административных структур управления в связях с общественностью. Теории информационного общества. Концептуальные подходы и принципы организации. Организация связей с общественностью в системе государственного управления на федеральном, региональном (субъектном) и местном уровнях.	1

##### Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Контроль
1.1. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	16	коллоквиум, реферат
1.2. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	16	

##### Раздел 2. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе.

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа-лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.	Роль связи с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции связи с общественностью. Теория двухступенчатой коммуникации. Критические теории массовых коммуникаций. Социальные последствия и особенности межличностной, специализированной (профессиональной) и массовой коммуникации. Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей.	1

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа- семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)

Тема	Видработы (методпроведения)	Трудоемкость, часов
2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.	групповая дискуссия*	1
2.3 Связи с общественностью в государственных структурах	групповая дискуссия*	1

\* учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 1– 2 часа.

##### Самостоятельная работа

2.1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.	10	коллоквиум, реферат
2.2. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.	10	
2.3 Связи с общественностью в государственных структурах	12	

## **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Основными видами учебных занятий по дисциплине «Связи с обществом в органах власти» и организационными формами обучения являются: лекция, занятия семинарского типа, консультация, самостоятельная работа обучающегося.

Лекция является одним из важнейших видов учебных занятий и составляет основу теоретической подготовки обучающихся. Ее цель - дать систематизированные основы научных знаний по учебной дисциплине (модулю), акцентировав внимание на наиболее сложных и узловых вопросах темы. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность студентов, способствовать формированию их творческого мышления. Для чтения отдельных лекций могут приглашаться ведущие ученые из других образовательных, научных учреждений, специалисты из учреждений.

Занятия семинарского типа – вид учебного занятия, на котором обучающиеся под руководством преподавателя выполняют определенные соответственно сформулированные задачи с целью усвоения научно-теоретических положений учебной дисциплины (модуля), приобретения умений и навыков их практического применения, опыта творческой деятельности, овладения современными методами практической работы, в том числе с применением технических средств.

Занятия семинарского типа могут проводиться в форме тренировок, решений практических задач, компьютерных практикумов, групповых проектов, мастер-классов, деловых и ролевых игр и т. п.

Занятия семинарского типа проводятся в аудиториях или в учебных лабораториях, оснащенных необходимыми техническими средствами обучения, вычислительной техникой.

Консультация – вид учебного занятия, на котором обучающийся получает от преподавателя ответы на конкретные вопросы или объяснения отдельных теоретических положений и их практического использования. Консультации проводятся регулярно и носят как индивидуальный, так и групповой характер. Основная задача группового консультирования – подробное либо углубленное рассмотрение вопросов теоретического курса, освоение которых, как правило, вызывает затруднение у части обучающихся. По желанию обучающихся возможно вынесение на обсуждение дополнительных вопросов, вызывающих у них особый интерес, которые не получили достаточного освещения в лекционном курсе.

Изучение отдельных тем дисциплины внеаудиторно является одним из видов самостоятельной работы и рекомендуется для студентов заочного обучения.

Студенты очного обучения изучают темы по указанию преподавателя либо по собственной инициативе в случаях допущенных ими необоснованных пропусков занятий или в целях более углубленной проработки определённых тем, вызывающих научно-исследовательский интерес обучающегося.

Контроль успеваемости и качества подготовки обучающихся подразделяется на текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики проведения занятий. Он проводится в ходе всех видов учебных занятий в форме, предусмотренной тематическим планом с использованием тестовых заданий.

Промежуточная аттестация успеваемости и качества подготовки обучающихся предназначена для определения степени достижения учебных целей по дисциплине и проводится в форме зачета.

Обучающиеся готовятся к промежуточной аттестации самостоятельно. Подготовка заключается в изучении программного материала дисциплины с использованием личных записей, сделанных в рабочих тетрадях, и рекомендованной в процессе изучения дисциплины литературы.

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

Оценочные материалы по дисциплине «Связи с обществом в органах власти» представлены в виде фонда оценочных средств в приложении А к рабочей программе дисциплины.

## **7. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины**

## 7.1.Электронные образовательные ресурсы (ЭОР)

Учебно-методическое обеспечение по дисциплине:

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания, количество страниц	Ссылка на ЭОР в ЭБС Академии
1	Связи с обществом в органах власти: методические рекомендации для организации самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.03.04ГМУ/ Н.В. Москалева. Смоленск: ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА, 2021. – 30 с.	<a href="http://sgsha.ru/sgsha/biblioteka/%D0%9C%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B0%20%D0%9D.%D0%92.%20%D0%A1%D0%B2%D1%8F%D0%B7%D0%B8%20%D1%81%20%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D0%BC%20%D0%B2%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D1%85%20%D0%B2%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%2038.03.04%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D1%8B%20%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%B2%20.pdf">http://sgsha.ru/sgsha/biblioteka/%D0%9C%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B0%20%D0%9D.%D0%92.%20%D0%A1%D0%B2%D1%8F%D0%B7%D0%B8%20%D1%81%20%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D0%BC%20%D0%B2%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D1%85%20%D0%B2%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%2038.03.04%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D1%8B%20%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%B2%20.pdf</a>

Электронные учебные издания в электронно-библиотечных системах (ЭБС):

№ п/п	Автор, название, место издания, год издания, количество страниц	Ссылка на учебное издание в ЭБС
	<i>Основная литература</i>	
1	Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2021. — 163 с	<a href="https://e.lanbook.com/book/191396">https://e.lanbook.com/book/191396</a>
	<i>Дополнительная литература</i>	
1	Демчук, Н. В. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / Н. В. Демчук. — Новокузнецк : НФИ КемГУ, 2015. — 119 с. — ISBN 978-5-8353-1460-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.	<a href="https://e.lanbook.com/book/169577">https://e.lanbook.com/book/169577</a>

## 7.2.Современные профессиональные базы данных

- 1.«Гарант-аналитик» <http://www.garant.ru>
- 2.«КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>

## 7.3. Информационные справочные системы

- 1.Информационные системы Минсельхоза России <http://opendata.mcxs.ru/opendata/>
- 2.Федеральная служба государственной статистики. <http://sml.gks.ru/>



**7.4. Состав оборудования, технических средств обучения, лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства**

Наименование учебных аудиторий для проведения учебных занятий и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования (в т.ч. виртуальные аналоги) и технических средств обучения	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства
Учебная аудитория 307 для проведения занятий <b>лекционного типа</b> в учебном корпусе № 1, расположенном по адресу: 214000, Смоленская область, г. Смоленск, ул. Большая Советская, д.10/2	Специализированная мебель-столы, стулья, парты. Доска аудиторная, трибуна, аудиосистема акустическая (оборудование звукоусиления), блок управления для экранов, мультимедиа-проектор Plus U-7, настенно-потолочный экран с электропроводом Da-LiteCosmopolitan. Ноутбук RoverBookPartner E415L., набор учебно-наглядных пособий.	1.Операционная система Windows XP, Windows 7, Windows 10 для образовательных организаций (Подписка Azure Dev Tools for Teaching по программе Microsoft Imagine Premium в рамках соглашения №1204024138 от 01.02.2021) 2. Офисное ПО из состава пакета MicrosoftOffice 2003, 2007, 2010, 2013 Pro и Std Корпоративная лицензия OLP (договор с ООО «Ритейл-сервис» №ГРС-000545 от 26.11.2014) 3. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity 1 yearEducationalRenewalLicense (Сублицензионный договор №ПО-56/20 от 18.05.2020)
Учебная аудитория 310 для проведения <b>занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</b> в учебном корпусе № 1, расположенном по адресу: 214000, Смоленская область, г. Смоленск, ул. Большая Советская, д.10/2	Специализированная мебель-столы, стулья, парты. Доска аудиторная. Трибуна. Набор учебно-наглядных пособий.	
Учебная аудитория 203 - помещение для <b>самостоятельной работы</b> в учебном корпусе № № 1. расположенном по адресу: 214000, Смоленская область, г. Смоленск, ул. Большая Советская, д.10/2	Специализированная мебель-столы, стулья, парты. Компьютер в сборе с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации– 18 шт.	1.Операционная система WindowsXP, Windows 7, Windows 10 для образовательных организаций (Подписка AzureDevToolsforTeaching по программе MicrosoftImaginePremium в рамках соглашения №1204024138 от 01.02.2021) 2. Офисное ПО из состава пакета MicrosoftOffice 2003, 2007, 2010, 2013 Pro и Std Корпоративная лицензия OLP (договор с ООО «Ритейл-сервис» №ГРС-000545 от 26.11.2014) 3. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity 1 yearEducationalRenewalLicense (Сублицензионный договор №ПО-56/20 от 18.05.2020)

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»**

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и  
промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

**Связи с обществом в органах власти**

Направления подготовки: **38.03.04 Государственное и муниципальное  
управление**

Направленность (профиль) подготовки: **Государственное и муниципальное  
управление сельскими территориями**

Квалификация: **бакалавр**

Форма обучения **очная, очно-заочная, заочная**

Смоленск 2023

# 1.Описание показателей и критериев оценивания планируемых результатов обучения по учебной дисциплине

Индикаторы достижения компетенций	Уровень освоения	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства
<b>ИД-4.ОПК-7</b> Владеет способами и методами взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, а также навыками взаимодействия через средства массовой информации	<b>Пороговый (удовлетворительно)</b>	<b>знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– виды внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– методы взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> <li>– способы взаимодействия через средства массовой информации</li> </ul> <b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ранжировать виды внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– осуществлять взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> <li>– применять способы взаимодействия через средства массовой информации</li> </ul> <b>владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методологией внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– технологией осуществлять взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> <li>– навыками взаимодействия через средства массовой информации</li> </ul>	Коллоквиум,  Написание реферата  Тестирование  Выполнение практического задания
	<b>Продвинутый (хорошо)</b>	<b>Знает твердо:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– виды внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– методы взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> <li>– способы взаимодействия через средства массовой информации.</li> </ul> <b>Умеет уверенно:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ранжировать виды внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– осуществлять взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> <li>– применять способы взаимодействия через средства массовой информации</li> </ul> <b>Владеет уверенно:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методологией внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– технологией осуществлять взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> <li>– навыками взаимодействия через средства массовой информации</li> </ul>	
	<b>Высокий (отлично)</b>	<b>сформировавшееся систематические знания:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– видов внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– методов взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– способов взаимодействия через средства массовой информации</li> </ul> <p><b>сформировавшееся систематическое умение:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ранжировать виды внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– осуществлять взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> <li>– применять способы взаимодействия через средства массовой информации</li> </ul> <p><b>сформировавшееся систематическое владение:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методологией внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций</li> <li>– технологией осуществлять взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,</li> <li>– навыками взаимодействия через средства массовой информации</li> </ul>	
--	--	---	--

Индикаторы достижения компетенций	Уровень освоения	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства
<b>ИД-2.ПК-4</b> Владеет способами и методами взаимодействия органов власти с обществом, а также базовыми технологиями формирования общественного мнения.	<b>Пороговый (удовлетворительно)</b>	<p><b>Знает</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– традиционные и современные методы взаимодействия органов власти с обществом</li> </ul> <p><b>Умеет</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать основные технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– использовать базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– использовать традиционные и современные методы взаимодействия органов власти с обществом.</li> </ul> <p><b>Владеет</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– способностью использовать базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– владеть традиционными и современными методами взаимодействия органов власти с обществом</li> </ul>	Коллоквиум, Написание реферата
	<b>Продвинутый (хорошо)</b>	<p><b>Знает твердо:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– традиционные и современные методы взаимодействия органов власти с обществом</li> </ul> <p><b>Умеет уверенно:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать основные технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– использовать базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– использовать традиционные и современные методы взаимодействия органов власти с обществом.</li> </ul>	

		<b>Владеет уверенно:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– способностью использовать базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– владеть традиционными и современными методами взаимодействия органов власти с обществом</li> </ul>	Тестирование  Выполнение практического задания
	<b>Высокий (отлично)</b>	<b>сформировавшееся систематические знания:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– традиционные и современные методы взаимодействия органов власти с обществом</li> </ul> <b>сформировавшееся систематическое умение:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать основные технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– использовать базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– использовать традиционные и современные методы взаимодействия органов власти с обществом</li> </ul> <b>сформировавшееся систематическое владение:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы</li> <li>– способностью использовать базовые технологии формирования общественного мнения</li> <li>– владеть традиционными и современными методами взаимодействия органов власти с обществом</li> </ul>	

## 2. Описание шкал оценивания

### 2.1 Шкала оценивания на этапе текущего контроля

Технология оценивания	Отсутствие усвоения (нижепорогового)*	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение реферата	Реферата студентом не представлен	имеются существенные отступления от требований к реферированию	основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты.	выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
Коллоквиум	у студента имеются отдельные представления об изученном материале, но все же большая часть материала не усвоена.	-обнаруживает усвоение основного материала, но испытывает затруднение при его самостоятельном	-знает изученный материал; отвечает без особых затруднений на вопросы преподавателя; -умеет	-обнаруживает усвоение всего объема материала; -выделяет главные положения в изученном материале и не затрудняется при ответах на видоизмененные вопросы; -свободно применяет полученные знания на практике.

		воспроизведен ии и требует дополнительн ых и уточняющих вопросов преподавателя ; -предпочитает отвечать на вопросы, воспроизводя щего характера и испытывает затруднение при ответах на видоизмененн ые вопросы;	применять полученные знания на практике.	
--	--	--	---	--

Студенты, показавшие уровень усвоения ниже порогового, не допускаются к промежуточной аттестации по дисциплине «Связи с обществом в органах власти».

## 2.2 Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации (зачет)

Технология оценивания	Отсутствие усвоения (ниже порогового)	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение итогового теста (из 15 возможных вопросов варианта) и решение практического задания	имеет только отдельные представления об изучаемом материале, правильных ответов на предложенный тест менее 8, практическое задание решено не правильно или не решено	испытывает затруднения при самостоятельном воспроизведении материала, практическое задание решено с ошибками, ответов на предложенный тест 9-11	умеет применять полученные знания на практике, в ответах и при решении практического задания не допускает серьезных ошибок, ответов на предложенный тест 12-13	свободно применяет знания на практике, в ответах и при решении практического задания не допускает ошибок, ответов на предложенный тест 14-15

## 3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

### Вопросы для текущего контроля - коллоквиума по дисциплине «Связи с обществом в органах власти»

**Методика проведения.** Коллоквиум проводится в рамках семинарского занятия в учебной аудитории в форме индивидуальной беседы преподавателя с обучающимся после самостоятельного изучения студентом соответствующих тем с целью выяснения объема знаний

студентов по изученному материалу. Вопросы для подготовки выдает преподаватель.

### **Примерные вопросы для коллоквиума**

#### **Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления.**

1. Коммуникативные системы общественных связей.
2. «Паблик рилейшнз» как управляющая элемент общественных связей. И
3. стория развития Паблик Рилейшнз как науки. Виды Паблик Рилейшнз. Современная индустрия PR.
4. Определение понятия PR-технологий. Релайтер - специалист по связям с общественностью. Объемы PR-услуг в России. PR-агенства России.
5. Понятия «информация» и «управление».
6. Информация — стратегический ресурс государственного управления.
7. Содержание и специфика информационной деятельности в органах государственной власти.
8. Приемы и методы территориально административных структур управления в связях с общественностью.
9. Теории информационного общества.
10. Концептуальные подходы и принципы организации.
11. Организация связей с общественностью в системе государственного управления на федеральном, региональном (субъектном) и местном уровнях.

#### **Раздел 2. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе.**

1. Роль связи с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
2. Цели и функции связи с общественностью.
3. Теория двухступенчатой коммуникации.
4. Критические теории массовых коммуникаций.
5. Социальные последствия и особенности межличностной, специализированной (профессиональной) и массовой коммуникации.
6. Правовое обеспечение связей с общественностью.
7. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Основные составляющие имиджа. Факторы, влияющие на восприятие имиджа. Технологии построения имиджей.
8. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Требования, предъявляемые к связям с общественностью в организациях.
9. Отдельные аспекты связей с общественностью по формированию доверия к организации, взаимоотношения со СМИ, с обществом, с сотрудниками, с потребителями; финансовые отношения, политические отношения.
10. Связи с общественностью в государственных структурах.
11. Роль PR в государственной системе.
12. Модели связей с общественностью в государственных организациях. Цели связей с общественностью в государственном управлении.
13. Отличия связи с общественностью - структурах государственного и бизнес управления. Субъекты государственного PR – рынка. Структура российского государственного PR - рынка.
14. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ. Пресс-клиппинг как PR - технология. Роль PR в государственной системе.
15. Перспективы развития государственного рынка PR.

## **Темы для написания рефератов для текущего контроля по дисциплине**

### **«Связи с обществом в органах власти»**

**Методика написания реферата.** Написание реферата является важным элементом самостоятельной работы студентов в целях приобретения ими необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п.

С помощью рефератов студенты глубже постигают наиболее сложные проблемы курса, учатся лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

Объём реферата не менее 10 страниц.

Структура реферата:

- Титульный лист.
- Содержание.
- Введение (дается постановка вопроса, объясняется выбор темы, ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи реферата, дается характеристика используемой литературы).
- Основная часть (состоит из глав и подглав, которые раскрывают отдельную проблему или одну из ее сторон и логически являются продолжением друг друга).
- Заключение и выводы (подводятся итоги и даются обобщенные основные выводы по теме реферата, делаются рекомендации).
- Список литературы.

В списке литературы должно быть не менее 10 различных источников.

Студенты представляют рефераты на контактных занятиях в виде выступления продолжительностью 5 – 7 минут и ответов на вопросы слушателей.

### **Примерные темы рефератов к разделу 1**

1. Цели и задачи связей с общественностью.
2. Причины недоверия граждан к органам власти.
3. Зарубежный опыт связей органов власти с общественностью.
4. Менеджмент новостей.
5. Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы.
6. Планирование и проведение пресс-конференции.
7. Анонсирующие пресс-релизы.
8. Регистрация и регламент пресс-конференции.
9. Работа ньюсмейкера
10. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность всф
11. Понятие «общественное мнение».
12. Информационные агентства. Основные направления деятельности.
13. Имидж как средство воздействия на массы.
14. Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости.
15. Сущность понятия «черный PR».

### **Примерные темы рефератов к разделу 2**

1. Особенности правовой и этической деятельности PR-службы.
2. Служба связей с общественностью в федеральных органах власти Российской Федерации.
3. Служба связей с общественностью в органах государственной власти субъектов Российской Федерации: методика организации работы.
4. Деятельность службы связей с общественностью в органах местного самоуправления.
5. Методика формирования оптимальной модели службы PR муниципального уровня.
6. Деятельность службы PR по установлению «обратной связи» между органами государственной власти и населением.



7. Законодательное регулирование сотрудничества государства и общественных организаций
8. Формы аналитической обработки материалов СМИ. Анализ документов, наблюдение и опрос; контент-анализ; анкетирование.
9. Планирование деятельности PR-служб.
10. Оценка эффективности программы: подготовка критериев оценки, оценка хода реализации, оценка результатов выполнения, интерпретация результатов оценки PR-деятельности подразделения.
11. Пресс-службы федеральных органов власти: структура, цели и задачи работы
12. Пресс-службы региональных и местных органов власти: структура, цели и задачи работы
13. Положения о службе по связям с общественностью различных областей.
14. Текущая деятельность правительственной пресс-службы.
15. Совещания, выборка и мониторинг прессы, телефонные контакты, распределение трудовых ресурсов, координация деятельности.

**Комплект примерных заданий для промежуточной аттестации (зачет) по дисциплине «Связи с обществом в органах власти»**

Зачет проводится в виде итогового теста и решения практического задания. Для выполнения отводится 90 минут.

**1. Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:**

- а) связь с органами власти
- б) разведывательная деятельность
- в) связь с общественностью
- г) политические связи

**2. Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия — это:**

- а) служба связей с общественностью
- б) служба доставки
- в) сервисная служба
- г) служба занятости

**3. Кем впервые официально был использован термин «Паблик Рилейшнз»?**

- а) Деном Форрестом
- б) Томасом Джефферсоном
- в) Джоржем Бушем младшим
- г) Семом Блейком

**4. Какая модель информационной политики не существует:**

- а) тоталитарная
- б) релятивистская
- в) дисциплинарная
- г) диалоговая

**5. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:**

- а) новостной релиз
- б) пресс-релиз
- в) стрингер
- г) медиа-кит

**10. Найдите соответствие:**

а) круглый стол	а) встреча представителя футбольной сборной с журналистами с целью сообщить о планах на будущий сезон
б) брифинг	б) очередной выпуск программы «Времена» Познера, обсуждение вопроса о политических партиях
в) пресс-конференция	в) встреча представителей управления образования и санэпидемстанции с журналистами по проблеме отравлений

	общеобразовательных учреждениях
--	---------------------------------

**11. Найдите соответствие:**

а) Пресс-клиппинг	а) информационно-новостной текст, содержащий рассказ об успешном разрешении типичной для какой-либо сферы деятельности проблемной ситуации.
б) Кейс-история	б) контроль и анализ вышедших в СМИ материалов после проведения пресс-конференции

**12. Найдите соответствие:**

а) Медиа-кит	а) информационно-новостной текст, содержащий новость, не являющуюся сенсацией
б) Бэкграундер	б) комплект разного рода материалов, большей частью текстовых, предназначенный для потенциального использования сотрудниками СМИ.

**13. Найдите соответствие:**

а) Реклама	а) продуманная и подготовленная система действий и мероприятий, позволяющих воздействовать на общественное мнение и развитие событий в желаемом направлении.
б) Пиар-кампания	б) оплачиваемый способ распространения информации о различных видах товаров и услуг с целью оповещения потребителей и создания спроса на эти товары и услуги

**14. Найдите соответствие:**

а) Паблик рилейшнз (PR, Public Relations, PR)	а) функция менеджмента, которая оценивает отношение общественности к организации, соотносит и сближает политику организации с общественными интересами и реализует программу действий для обретения организацией общественного понимания и принятия.
б) Пиар	б) управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации

**15. Расположите в правильном порядке этапы рекламной кампании.**

- разработка рекламных материалов
- анализ эффективности рекламных кампаний
- предварительные исследования
- медиапланирование и оптимизация
- реализация разработанной программы
- разработка стратегии.

**16. Определите последовательность в модели PR-кампании по Ф. Джефкинсу:**

- оценка ситуации;
- определение цели;
- определение публики;
- отбор каналов массовой коммуникации и техники воздействия;
- планирование бюджета;
- оценка результатов.

**17. Установите правильную последовательность этапов презентации:**

- постановка задачи.
- определение целевой аудитории.
- составление плана проведения презентации.
- расчет затрат на проведение презентации.
- выбор форм отчетности по проведению презентации.
- заказ оборудования, одежды для персонала, участвующего в презентации и рекламных материалов.
- подбор и инструктаж персонала.
- проведение презентации.

и) анализ результатов.

**18. Установите правильную последовательность этапов управления публичными отношениями:**

- а) определение проблемы
- б) планирование и программирование
- в) действие и коммуникация
- г) оценка программы.

**19. Расположите в правильном порядке организационную работу по подготовке приема:**

- а) составление списка гостей и рассылка приглашений
- б) составление меню
- в) написание сценария
- г) определение формы приема
- д) подготовка речи и определение очередности выступающих.

**20. Антон Вуйма определяет черный \_\_\_\_\_ как «целенаправленное» распространение информации, касающейся какого-либо не одушевленного или одушевленного объекта».**

**21. PR-\_\_\_\_\_**—это продуманная и подготовленная система действий и мероприятий, позволяющих воздействовать на общественное мнение и развитие событий в желаемом направлении.

**21. PR понимается как одна из функций \_\_\_\_\_** по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и общественностью наиболее распространенный в сфере связей с общественностью вид информационно-новостного текста, содержащий информацию о событии, имеющем важное общественное значение

**22. Специальное событие, основная цель которого заключается в просвещении публики путем демонстрации средств, имеющихся в распоряжении человечества для удовлетворения потребностей в одной или нескольких областях его деятельности—это \_\_\_\_\_.**

**23. Работа с государственными учреждениями как направление связей с общественностью это:**

- а) image maxing;
- б) messge management;
- в) govverument relations;
- г) megia relations.

**24. Основным принципом связей с общественностью считается:**

- а) принцип открытого информирования;
- б) принцип социальной ориентации;
- в) принцип обратной связи;
- г) принцип коллегиальности.

**25. Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью для российских PR-специалистов принята:**

- а) в августе 1991 г.;
- б) в декабре 1991 г.;
- в) в ноябре 1994 г.;
- г) в январе 2000 г.

**Выполнение практического задания**

**Задание 1.** Как соотносятся понятие PR с понятиями пропаганда, идеология, публицити, лоббирование, реклама, маркетинг?

**Задание 2.** Основные составляющие процесса коммуникации (адресант, адресат, сообщение, код, канал). Приведите пример.

**Задание 3. Описать модель управления коммуникативными процессами.**

**Проранжировать принципы работ службы PR.**

**Задание 4. Подготовить план организации необходимых мероприятий и шкалу оценки их реализации.** Организация «горячей линии», «Бюро претензий» для развития контактов с гражданами в органах федерального управления.

**Задание 5.** Разработайте план противодействия негативной информации. Недостаток информации порождает слухи, с которыми зачастую бороться труднее, чем с самим кризисом. Какие кризисы могут породить следующие слухи:

- Банкротство организации с последующим выкупом контрольного пакета заместителем директора по экономическим вопросам;
- Сокращение объема производства и отправление в административный отпуск четверти персонала;

**Задание 6.** Сформируйте пакет законодательных актов, которые необходимо учитывать при реализации ПР-функций следующим организациям:

- печатным и электронным СМИ;
- коммерческим структурам;
- политическим партиям;
- благотворительным фондам.

Какие организации контролируют выполнение требований данных правовых актов? Приведите примеры.

**Задание 7.** Разработайте формат бейджей для гостей и организаторов\участников следующих событий:

- пресс-конференция «Телевизор нового поколения», посвященная выходу на рынок новой модели мини-телевизора;
- медиа-презентация экологически чистого напитка «Живая капля»;
- форум представителей малого бизнеса;
- тест-драйв малотоннажного автомобиля для малого бизнеса;
- свой вариант.

По результатам обсуждения выработайте 5-7 основных требований, которым должен соответствовать бейдж.

**Задание 8.** На Вашем факультете состоится небольшая пресс-конференция по поводу предстоящей международной научной конференции «Государственное и муниципальное управление в социальной сфере». Определите, какие материалы необходимо положить в папку информационных материалов (медиа-кит) для журналистов, которые приглашены на эту пресс-конференцию

**Задание 9.** Основные теоретические подходы к пониманию природы связей с общественностью условно делятся на альтруистический, компромиссный, прагматический и коммуникационный. Определите, к какому из названных подходов соответствуют определения ПР.

Блэк С.: ПР - «установление двустороннего общения для выявления общих представлений или общих интересов и достижения взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности».

Э. Бернейз: "это усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот".

Невзлин Л.Б.: ПР - «управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации»

Алешина И.В.: ПР - «самостоятельная функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и ее общественностью».

Чумиков А.Н.: "это система информационно-аналитических и процедурно- технологических действий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта.

Зверинцев А.Б.: "профессиональная деятельность по достижению эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и внешней средой".

**Задание 10.** Прочтите внимательно следующие определения ПР, данные разными авторами. Выпишите то общее, что присутствует во всех подходах к понятию. Какие существенные черты деятельности ПР Вы можете назвать, изучив предложенные определения?

Блэк С.: ПР - «установление двустороннего общения для выявления общих представлений или общих интересов и достижения взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности».

Э. Бернейз: "это усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот".

Невзлин Л.Б.: ПР - «управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации»

Алешина И.В.: ПР - «самостоятельная функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и ее общественностью».

Чумиков А.Н.: "это система информационно-аналитических и процедурно- технологических действий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта.

Зверинцев А.Б.: "профессиональная деятельность по достижению эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и внешней средой".