

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Набережночелнинский институт (филиал)  
Экономическое отделение



Утверждаю

Первый заместитель директора  
НЧИ КФУ Симонова Л. А.



\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

### **Программа дисциплины**

Формирование имиджа государственной и муниципальной службы, связи с СМИ и общественностью

Направление подготовки: 38.04.04 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: Управление развитием территорий

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
  - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
  - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
  - 6.3. 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
- 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Мансурова Т.Г. (Кафедра экономической теории и экономической политики, Экономическое отделение), mansurova\_tgfsu@mail.ru ; старший преподаватель, б/с Руднева Н.В. (Кафедра экономики предприятий и организаций, Экономическое отделение), NVRudneva@kpfu.ru

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ОПК-2	готовность в коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач в области профессиональной деятельности
ПК-3	способность планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегию, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- содержание курса и иметь достаточно полное представление о связях с общественностью в системе органов государственной власти;
- базовый понятийный аппарат;
- систему органов власти.

Должен уметь:

- составлять положение о работе PR-службы или PR-отдела в государственных и общественных организациях;
- работать с законами и другими правовыми актами, а также с уставами и программами политических партий;
- проводить сравнительные исследования деятельности информационно-организационных структур, организующих и регулирующих общественные связи между субъектом и объектом государственного управления;
- применять на практике профессиональные стандарты и этические нормы во взаимоотношениях со СМИ;
- выступать с докладами и сообщениями на научно-практических конференциях и заседаниях СНО по проблемам информационной работы в государственных и общественно-политических структурах.

Должен владеть:

- специальной терминологией в области современной науки об общественных отношениях;
- современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью;
- методами анализа общественных процессов;
- навыками публичной и научной речи;
- принципами этического поведения;
- основными нормативными положениями.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- участия в организационно-управленческой деятельности, в ходе которой магистр получает основы знаний по управлению связям с общественностью в органах власти;
- участия в информационно-методической деятельности, в ходе которой магистр получает навыки анализа основных общественных коммуникативных процессов между социальными институтами и органами власти;
- участия в коммуникативной деятельности, в ходе которой магистр получает основы знаний по конструированию благоприятного имиджа представителей органов государственной власти;
- участия в проектной деятельности, в ходе которой магистр готов применять современные методы анализа деятельности PR-служб в органах власти;
- участия в вспомогательно-технологической деятельности, в ходе которой магистр готов применять навыки технологического обеспечения работы PR-служб органов власти с общественностью.

## 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.2 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.04.04 "Государственное и муниципальное управление (Управление развитием территорий)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 3 курсе в 5 семестре.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 24 часа(ов), в том числе лекции - 4 часа(ов), практические занятия - 20 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 80 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 4 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 5 семестре.

## 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Эволюция связей с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации. Цели и функции служб СО в органах государственной власти.	5	1	4	0	20
2.	Тема 2. Основные компоненты имиджа государственной власти: технологии и методы его продвижения. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR.	5	1	6	0	20
3.	Тема 3. Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций. Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях.	5	1	4	0	20
4.	Тема 4. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти. Другие виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением.	5	1	6	0	20
Итого			4	20	0	80

### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

**Тема 1. Эволюция связей с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации. Цели и функции служб СО в органах государственной власти.**

Система органов государственной власти в современной России. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.

Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях. Специфика медиарилейшнз в сфере политики и государственного управления.

## **Тема 2. Основные компоненты имиджа государственной власти: технологии и методы его продвижения. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR.**

Понятие "имидж государственной власти". Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик. Алгоритм формирования имиджа государственной власти.

Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.

## **Тема 3. Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций. Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях.**

Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в сглаживании социально-политических конфликтов. Понятие "диагностика". Консультационные PR-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования. Специфика проведения диагностики политической ситуации. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности. Источники информации о политическом объекте.

Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или сглаживании социально-политических конфликтов. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях. Понятие "политическая партия". Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя.

## **Тема 4. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти. Другие виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением.**

Система органов государственной власти РФ. Место и роль информационно-аналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь.

Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-акции, "утечка информации", политическая и социальная реклама, заказные статьи. Формирование позитивного и/или негативного имиджа. Моделирование информационного контекста. Политический маркетинг.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

### 6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
<b>Семестр 5</b>			
	<b>Текущий контроль</b>		
1	Устный опрос	ОПК-2 , ПК-3 , ОК-3	1. Эволюция связей с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации. Цели и функции служб СО в органах государственной власти. 3. Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций. Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях.
2	Письменное домашнее задание	ОК-3 , ОПК-2 , ПК-3	2. Основные компоненты имиджа государственной власти: технологии и методы его продвижения. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR. 4. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти. Другие виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением.
3	Тестирование	ОК-3 , ОПК-2 , ПК-3	1. Эволюция связей с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации. Цели и функции служб СО в органах государственной власти. 2. Основные компоненты имиджа государственной власти: технологии и методы его продвижения. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR. 3. Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций. Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях. 4. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти. Другие виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением.
	<b>Зачет</b>	ОК-3, ОПК-2, ПК-3	

### 6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
<b>Семестр 5</b>					
<b>Текущий контроль</b>					
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	1



Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Письменное домашнее задание	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	2
Тестирование	86% правильных ответов и более.	От 71% до 85 % правильных ответов.	От 56% до 70% правильных ответов.	55% правильных ответов и менее.	3
	<b>Зачтено</b>		<b>Не зачтено</b>		
<b>Зачет</b>	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.		Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.		

### 6.3 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

#### Семестр 5

#### Текущий контроль

#### 1. Устный опрос

Темы 1, 3

- Основные принципы работы службы PR в органах власти
- История становления системы связей с общественностью в органах власти в России.
- Участие PR-служб в структуре государственного управления в работе с населением.

**ЗАДАНИЕ.** Составить план наиболее эффективной стратегии развития коммуникаций с точки зрения специалиста PR.

**ЗАДАНИЕ.** Описать модель управления коммуникативными процессами. Проранжировать принципы работ службы PR.

- Правовые основы связей с общественностью.
- Целевые группы воздействия на общественное мнение.
- Направления развития российского PR-сообщества.
- Использование средств PR при формировании имиджа политиков.

**ЗАДАНИЕ.** Подготовить обзор веб-сайта Правительства РФ: <http://194.226.82.76\government\>

- Соотношение между PR и пропагандой. Черный PR.
- Использование Интернета в отношениях с гражданами.
- Содержание "Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью"
- Создание и поддержание политических мифов в коммуникациях средствами PR.
- Деловое общение как элемент публичности.

**ЗАДАНИЕ.** Проанализировать наиболее популярные и известные политические мифы. Охарактеризовать используемые при анализе критерии.

- Принципы взаимоотношений PR-специалистов органов власти с журналистами.
- Использование авторитета лидеров общественного мнения в лоббизме.

**ЗАДАНИЕ.** Разработайте сценарий ролевой игры "Размещение сообщения". Цель: разместить в СМИ подготовленный пресс-релиз. Распределите роли (политического деятеля, спичрайтера, пресс-секретаря, редактора) и произведите процесс отправления и кодирования сообщения исходя из следующих условий:

1. Политик-из крыла левых, газета представляет интересы крайне правых слоев населения.
2. Политик-либерал, газета представляет интересы левых.
3. Политик-коммунист, газета позиционируется как центристская.

## **2. Письменное домашнее задание**

Темы 2, 4

1. Истоки и история развития направления деятельности PR.
2. Анализ определений PR.
3. Сущность и содержание PR.
4. Понятие общественности и ее роль в сфере PR.
5. Определения процесса в деятельности PR. Определение управления данной деятельностью.
6. Проведение организационно-представительских мероприятий.
7. Место PR-подразделений в структуре организаций.
8. Виды рабочих коммуникаций.
9. Внутрифирменные коммуникации.
10. Использование статистики в связи с общественностью.
11. Сущность и назначение связей с общественностью в государственном и местном самоуправлении.
12. Политические PR, реклама и пропаганда: проблемы тождества и отличий.
13. Правила профессионального поведения специалиста по связям с общественностью в государственном и местном самоуправлении.
14. Право и этика связей с общественностью государственной власти и местного самоуправления.
15. Организация, планирование и оценка результатов работы службы по связям с общественностью.
16. Задачи PR-службы в разработке и реализации информационной политики органов власти.
17. Принципы взаимоотношений органов государственной власти со средствами массовой информации.
18. Деятельность пресс-службы в органах власти.
19. Пресс-секретарь администрации: функции, должностные обязанности и нормы профессионального поведения.
20. Организация специальных мероприятий в сфере правительственных PR.
21. Взаимодействие органов власти с политическими партиями и движениями, некоммерческими организациями.
22. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия государственной службы и органов местного самоуправления с населением.
23. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью.

## **3. Тестирование**

Темы 1, 2, 3, 4

1. Кто впервые употребил термин Паблик рилейшнз:

- а) Томас Джефферсон; б) Теодор Рузвельт;
- в) Сэм Блэк; г) Айви Ли.

2. Паблик рилейшнз - это:

- а) организация общественного мнения в целях успешного функционирования предприятия и повышения репутации;
- б) платное, однонаправленное и неличное обращение, осуществляемое через СМИ и другие виды связи, агитирующее в пользу какого-либо товара, марки, фирмы;
- в) комплекс приёмов, направленных на управление производством и реализацию продукции, ориентированный на

спрос потребителя.

3. Автор книги "Анализируя общественное мнение", первого в истории труда по PR:

- а) Сэм Блэк; б) Эдвард Бернейз; в) Айви Ли.

4. Что такое ИПРА:

- а) название первого агентства по PR;
- б) кодекс профессионального поведения специалистов по PR;
- в) название американской ассоциации специалистов по связям с общественностью.

5. В каком году впервые был употреблён термин Паблик рилейшнз:

- а) 1889 г; б) 1907 г; в) 2002 г; г) 1999 г.

6. Кто был первым теоретиком, осознавшим, что PR-деятельность необходимо строить на научной основе был:

- а) Айви Ли; б) Сэм Блэк; в) Теодор Рузвельт; г) Э. Бернейз.

7. В каком году вышла книга "Анализируя общественное мнение":



а) 1978 г; б) 1923 г; в) 1989 г; г) 2000 г.

8. В каком году вышел в свет кодекс ИПРА - кодекс профессионального поведения специалистов по связям с общественностью:

а) 1976 г; б) 1961 г; в) 1989 г; г) 2000 г.

9. Основная цель PR:

- а) сбыт товаров или повышение спроса на услуги;
- б) формирование ситуации успеха фирмы в обществе;
- в) сохранение репутации фирмы.

10. Общественное мнение - это:

- а) совокупность многих индивидуальных мнений по конкретному вопросу, затрагивающему группу людей;
- б) выраженное отношение по какому-либо вопросу конкретного человека;
- в) мнение людей, которое не носит общественного характера.

11. Отношение людей к тому или иному событию или явлению общественной жизни зависит от ряда факторов (отметьте всё необходимое):

- а) личностный фактор; б) культурный фактор;
- в) образовательный фактор; г) этническая принадлежность.

12. Кодирование PR информации - это:

- а) часть ответной реакции, которую получатель доводит до сведения отправителя;
- б) представление идеи, которую стремится донести до получателя источник в виде кодов или символов;
- в) перевод сообщения на язык который понятен получателю.

13. Автор книги "Паблик рилейшнз, что это такое?":

а) Айви Ли; б) Сэм Блэк; в) Теодор Рузвельт; г) Э.Бернейз.

14. Понятие PR включает в себя (отметьте нужное):

- б) рекомендации по созданию "общественного лица" организации;
- в) мероприятия, направленные на выявление и ликвидацию слухов или других источников непонимания;
- г) мероприятия, направленные на определение психологических механизмов воздействия рекламы.

15. Первое крупное бюро PR было создано:

а) в 1890 г; б) в 1912 г; в) в 1941 г; г) в 1999 г.

16. Сфера приложений знаний и умений специалиста по PR заключается в (отметьте всё необходимое):

- а) консультировании на основе законов поведения человека;
- б) предотвращении конфликтов и недопонимания в организации;
- в) рекламе товаров и услуг; г) формированию благоприятного имиджа фирмы.

17. Функции PR (отметьте необходимое):

- а) установление взаимопонимания и доверительных отношений между организацией и общественностью;
- б) создание у сотрудников чувство ответственности и заинтересованности в делах предприятия;
- в) создание положительного образа предприятия.

18. "Чёрный PR" - это:

- а) PR мероприятия, направленные на формирование благоприятного имиджа организации;
- б) PR мероприятия, направленные на формирование неблагоприятного имиджа конкурента.

19. Принципы PR (отметьте всё необходимое):

- а) говорить о себе только правду;
- б) искать "связки" с действительностью;
- в) подавать как можно больше информации о себе;
- г) тщательно отслеживать интересы и стиль подачи материалов журналистов.

20. Функции менеджера по PR (отметьте нужное):

- а) коммуникативно-организационная;
- б) аналитико-прогностическая; в) организационно-управленческая.

21. Особенности общественного мнения (отметьте необходимое):

- а) общественное мнение постоянно меняется;
- б) с ним нужно постоянно работать;
- в) потенциальная направленность поведения общественности определяется реальной действительностью;
- г) общественное мнение можно изменить в большей степени событиями, а не словами;
- д) необходимо работать со всей общественностью не деля её на группы.

22. Правила написания текстового материала (отметьте необходимое):

- а) простота предложений;
- б) в среднем предложение должно состоять из 25 слов;
- в) убедительность сообщения должна подтверждаться фактами, цифрами;
- г) описание должно производиться с помощью формы перевёрнутой пирамиды.

23. Форма перевёрнутой пирамиды заключается в том, что описание события представлено следующим образом:

- а) вначале идёт самый важный материал, затем информация в порядке снижения значимости;
- б) сначала идёт менее важный материал, потом раскрывается суть вопроса.

24. Наиболее значимыми характеристиками общественного мнения являются (отметьте всё необходимое):

- а) распространённость, б) интенсивность,
- в) стабильность; г) изменчивость.

25. Процесс формирования общественного мнения, как правило, охватывает следующие этапы (отметьте необходимое):

- а) зарождение мнения; б) дискуссия по предмету мнения;
- в) образование общей точки зрения;
- г) возникновение единой позиции относительно необходимых действий.

### **Зачет**

Вопросы к зачету:

1. Понятие "связи с общественностью".
2. Понятие "общественные отношения".
3. Понятие "система органов государственной власти".
4. Соотношений понятий "общественные отношения" и "государственная власть".
5. Общественные отношения как объект регулирования государственной властью.
6. Сущность управления общественными отношениями.
7. Цели и задачи управления общественными отношениями.
8. Проблемы регулирования общественных отношений.
9. Система органов государственной власти в современной России.
10. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.
11. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.
12. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях.
13. Специфика медиарилейшнз в сфере политики и государственного управления.
14. Внутрикорпоративный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении.
15. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления.
16. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
17. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире.
18. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
19. Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях.
20. Информационный процесс как многоуровневая система.
21. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
22. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях.
23. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами.
24. Основные информационные модели.
25. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности.
26. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
27. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.
28. Власть ? население: формы работы, обратная связь.
29. Понятие ?имидж государственной власти?.
30. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
31. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.
32. Алгоритм формирования имиджа государственной власти.
33. Технологии формирования имиджа власти.
34. Имиджевые стратегии.
35. PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти.
36. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.
37. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.
38. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы.
39. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст.
40. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
41. Организация специальных мероприятий.
42. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников.
43. Лоббизм и лоббирование.
44. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов.

45. Понятие "диагностика". Консультационные PR-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования.
46. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности.
47. Источники информации о политическом объекте.
48. Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта.
49. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления.
50. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
51. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов.
52. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.
53. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.
54. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях.
55. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.
56. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.
57. Основные принципы взаимодействия политических акторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами).
58. Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.
59. Понятие "политическая партия". Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий.
60. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря.
61. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя.
62. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации.
63. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей.
64. Виды общественно-политических организаций.
65. Система органов государственной власти РФ. Место и роль информационно-аналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений.
66. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь.
67. Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров.
68. Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания.
69. Диагностика социально-политических процессов.
70. Стратегическое планирование информационной деятельности.
71. Методология и методика проведения мониторинга.
72. Информационно-аналитическое обеспечение процесса государственного управления пресс-службами.
73. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.
74. Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями.
75. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-акции, "утечка информации", политическая и социальная реклама, заказные статьи.
76. Формирование позитивного и/или негативного имиджа.
77. Моделирование информационного контекста. Политический маркетинг. Основные понятия и категории политического маркетинга.
78. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях.
79. Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями.
80. Формирование общественной повестки дня. Акцент на повседневных проблемах населения, форс-мажорные обстоятельства, социальные катаклизмы.
81. PR-деятельность государственных агентств.
82. Коммуникационные средства государственных органов.
83. Принципы работы по управлению новостями в аппарате Президента РФ.
84. Цели, задачи и функции пресс-секретаря Президента РФ.
85. Структура российского государственного PR-рынка.
86. Функции PR-структуры Президента РФ на федеральном уровне.
87. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ.
88. Функционирование PR-службы на местном уровне.
89. Взаимодействие государственной структуры с целевыми аудиториями.
90. Взаимодействие государственной структуры с выборными должностными лицами.

#### 6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
<b>Семестр 5</b>			
<b>Текущий контроль</b>			
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	1	20
Письменное домашнее задание	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно дома и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	2	15
Тестирование	Тестирование проходит в письменной форме или с использованием компьютерных средств. Обучающийся получает определённое количество тестовых заданий. На выполнение выделяется фиксированное время в зависимости от количества заданий. Оценка выставляется в зависимости от процента правильно выполненных заданий.	3	15
<b>Зачет</b>	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

#### 7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

## 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

ИНТУИТ. Национальный открытый университет - <http://intuit.ru/>

Министерство экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>

Федеральная служба государственной статистики, ФСГС - <http://www.gks.ru>

## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Подготовка к лекции заключается в следующем: – внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; – узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора); – ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям; – постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; – запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.
практические занятия	Работа на практических занятиях предполагает активное участие в дискуссиях. Для подготовки к занятиям рекомендуется выделять в материале проблемные вопросы, затрагиваемые преподавателем в лекции, и группировать информацию вокруг них. Желательно выделять в используемой литературе постановки вопросов, на которые разными авторам могут быть даны различные ответы. На основании постановки таких вопросов следует собирать аргументы в пользу различных вариантов решения поставленных проблем.
самостоятельная работа	При подготовке к семинарам Вам может понадобиться материал, изучавшийся на предыдущих курсах, поэтому стоит обращаться к соответствующим источникам (учебникам, монографиям, статьям). В текстах авторов, таким образом, следует выделять следующие компоненты: - постановка проблемы; - варианты решения; - аргументы в пользу тех или иных вариантов решения. На основе выделения этих элементов проще составлять собственную аргументированную позицию по рассматриваемому вопросу. При работе с терминами необходимо обращаться к словарям, в том числе доступным в Интернете, например на сайте <a href="http://dic.academic.ru">http://dic.academic.ru</a> .
письменное домашнее задание	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно дома и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.
устный опрос	Подготовка к практическим занятиям (устный опрос): – внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному практическому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям; – выпишите основные термины; – ответьте на контрольные вопросы по практическим занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов; – уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до практического занятия) во время текущих консультаций преподавателя; – готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы; – рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.
тестирование	Охватывает все темы курса, требует подготовки. В тестах следует среди предложенных вариантов выбрать наиболее полный и правильный. Время на выполнение работы ограничено. В тестовых заданиях в каждом вопросе - более 3 вариантов ответа. Если Вам кажется, что правильных ответов больше, выбирайте тот, который, на Ваш взгляд, наиболее правильный.
зачет	Зачет нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.

## 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).



### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

### **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.04.04 "Государственное и муниципальное управление" и магистерской программе "Управление развитием территорий".



Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
*Б1.В.ДВ.2 Формирование имиджа государственной и  
муниципальной службы, связи с СМИ и общественностью*

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 38.04.04 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: Управление развитием территорий

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

**Основная литература:**

- 1.Связи с общественностью : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-003443-0 Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=371726>
- 2.Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства / Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-103663-1 (online) Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=523516>
3. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. - (Высшее образование: Бакалавриат). - [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_592bf62f2c4f86.51817652](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/766813>

**Дополнительная литература:**

- 1.Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 189 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006584-7 Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=398446>
- 2.Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие / Шарков Ф. И. - 2-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 320 с.: 60x84 1/16. - ISBN 978-5-394-01463-5. - Режим доступа <http://znanium.com/bookread2.php?book=354026>
- 3.Связи с общественностью в практике деятельности учреждений УИС России: Практическое пособие / Агафонова О.В., Желтов А.А., Агафонов Е.А. - Вологда:ВИПЭ ФСИН России, 2014. - 69 с.: ISBN 978-5-94991-286-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=908429>

Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.2 Формирование имиджа государственной и  
муниципальной службы, связи с СМИ и общественностью

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая  
перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 38.04.04 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: Управление развитием территорий

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.