

**Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования
«КАЛИНИНГРАДСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ»**

Утверждено
Научно-методическим советом Института
протокол заседания
№ 10/23 от 29 мая 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНАХ
ВЛАСТИ (Б1.В.ДВ.6.1)**

Направление подготовки	38.04.04. Государственное и муниципальное управление
Направленность	Национальная безопасность
Квалификация (степень) выпускника (уровень направления подготовки)	Магистр
Форма обучения	очная, очно-заочная, заочная

Калининград

2024

Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования
«Калининградский институт управления»

Лист актуализации Б1.В.ДВ.6.1 Общественно-политические коммуникации в
органах власти
(наименование РПД с шифром)

Направление: 38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Направленность: «Национальная безопасность»

В целях актуализации основной профессиональной образовательной программы обновлена основная и дополнительная литература

Разработчик: к.ю.н., доцент Минаев А.В.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

29.05.2024
(дата)

Изменения (дополнения) в рабочую программу рассмотрены и утверждены на заседании научно-методического совета, протокол № 10/23 от 29 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

Минаев А.В.

Начальник
отдела оценки качества образования

Перелева А.М.

29 мая 2024 г.



Лист согласования рабочей программы дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Общественно-политические коммуникации в органах власти» разработана в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление» (уровень магистратура), утвержденный приказом Минобрнауки России от 13 августа 2020 г. № 1000

Составитель (автор)

канд. юр. наук А.В. Минаев

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании Научно-методического совета института, протокол № 10/23 от 29 мая 2024 г.

Регистрационный номер 36Гм/22

Содержание		Стр.
1.	Цели и задачи освоения дисциплины	4
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП	4
3.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	5
4.	Объем, структура и содержание дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических/астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	7
5.	Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем	19
6.	Оценочные средства для проведения входного, текущего, рубежного контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине и методические материалы по ее освоению	20
7.	Основная и дополнительная учебной литература и электронные образовательные ресурсы, необходимые для освоения дисциплины	20
8.	Дополнительные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимые для освоения дисциплины	20
9.	Требования к минимальному материально-техническому обеспечению, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	21
	Приложение 1 Оценочные средства для проведения входного, текущего, рубежного контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине и методические материалы по ее освоению	23

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Для направления 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление» подготовки магистра дисциплина «Общественно-политические коммуникации в органах власти» является дисциплиной по выбору вариативной части.

Цель освоения дисциплины «Общественно-политические коммуникации в органах власти»: предоставление возможности студентам ознакомиться с новыми эффективными идеями и различными технологиями в области развития общественных связей, способами поддержки государственного управления, местного самоуправления, деловой сферы и предпринимательства, реализации отдельных проектов и широкомасштабных программ в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление», направленность Национальная безопасность.

Изучение дисциплины «Общественно-политические коммуникации в органах власти» базируется на следующих дисциплинах:

Деловые коммуникации в профессиональной сфере

Управление организационными системами при реализации стратегических проектов в сфере национальной безопасности

Основные положения дисциплины «Общественно-политические коммуникации в органах власти» используются в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

Региональная и глобальная безопасность

Антикризисное управление на государственном и муниципальном уровнях

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального закона № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Приказа Министерства науки и высшего образования РФ от 06.04.2021 г. № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», ФГОС ВО и учебным планом по направлению подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление».

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

2.1. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Общественно-политические коммуникации в органах власти» относится к блоку дисциплин по выбору ВЧ Б1.В.ДВ.6.1. Содержание дисциплины «Общественно-политические коммуникации в органах власти» соотносится с курсами «Региональная и глобальная безопасность», «Антикризисное управление на государственном и муниципальном уровнях».

Изучаются природа и система управления общественными отношениями, история, концепции, функции «Связей с общественностью», информационные процессы в обществе и модели управления ими, теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе, правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью, СМИ как основной канал воздействия PR технологий, понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью, PR-технологии в привлечении инвестиций, сущность и особенности коммуникативных процессов в политике, политическое консультирование, связи с общественностью в государственных структурах.

Изучение данной дисциплины начинается с 3 семестра 2 курса.

Дисциплина «Общественно-политические коммуникации в органах власти» входит в блок дисциплин по выбору вариативной части Б1.В.ДВ.6.1 учебного плана АНООВО «КИУ» по направлению подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление».

Изучение дисциплины необходимо строить с учетом междисциплинарных связей с дисциплинами «Региональная и глобальная безопасность», «Антикризисное управление на государственном и муниципальном уровнях».

Дисциплины, для которых изучение данной дисциплины необходимы как предшествующее «Деловые коммуникации в профессиональной сфере», «Управление организационными системами при реализации стратегических проектов в сфере национальной безопасности».

2.2. Календарный график формирования компетенции*

Таблица - 1 Календарный график формирования компетенции УК-4

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик, участвующих в формировании компетенции	1	2	3	4
1	Деловые коммуникации в профессиональной сфере		+		
2	Управление организационными системами при реализации стратегических проектов в сфере национальной безопасности		+		
3	Общественно-политические коммуникации в органах власти			+	
4	Региональная и глобальная безопасность			+	
5	Антикризисное управление на государственном и муниципальном уровнях				+
6	<i>Преддипломная практика</i>				+

* В соответствии с матрицей компетенций

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

Основное базовое понятие, используемое в дисциплине, это «политические коммуникации». Под политическими коммуникациями понимаются процессы передачи политической информации как внутри политической системы, так и за ее пределами, то есть между политической и социальными системами.

Для формирования универсальной компетенции, подразумевающей способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия в содержание дисциплины были внесены следующие аспекты:

Общественные отношения: природа и система управления

История, концепции, функции «Связей с общественностью»

Информационные процессы в обществе и модели управления ими

Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе

Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью

СМИ как основной канал воздействия PR технологий

Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью

PR-технологии в привлечении инвестиций

Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике. Политическое консультирование

Связи с общественностью в государственных структурах

3.2. Планируемые результаты обучения

Планируемыми результатами обучения по дисциплине «Общественно-политические коммуникации в органах власти» являются знания, умения, владения (УК-4), характеризующие уровень формирования компетенции УК-4 – способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.

Таблица 2 – Перечень результатов обучения, формируемых в ходе изучения дисциплины

Перечень контролируемой компетенции (или её части)		Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
код	Содержание компетенций	
УК-4	Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	<p>Знать:</p> <p>основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России; основные тенденции; особенности развития связей с общественность в современной России; основные подходы к использованию инструментов СО; основы вербальных и невербальных коммуникаций; основы построения системы управления общественными отношениями; направления взаимодействия участников общественных коммуникаций; механизмы организации, планирования и проведения пиар-компаний, кодексы профессиональных стандартов.</p> <p>Уметь:</p> <p>разрабатывать пиар-программу для решения вопросов в области государственного регулирования или выхода из кризисной ситуации; составлять прогнозы развития, аналитические записки и отчеты о результатах проведения пиар-компаний; реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями; формулировать требования по разработке элементов пиар-компаний.</p> <p>Владеть:</p> <p>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.</p>

3.3. Матрица соотнесения разделов (тем) дисциплины с формируемыми в них компетенциями

Таблица 3 – соотнесения разделов (тем) дисциплины с формируемыми в них компетенциями

№ п/п	Наименование раздела/темы дисциплины	Кол-во часов	УК-4
1	Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления	8	+
2	Раздел 2. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	8	+
3	Раздел 3. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	6	+
4	Раздел 4. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе	6	+
5	Раздел 5. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью	6	+
6	Раздел 6. СМИ как основной канал воздействия PR технологий	6	+
7	Раздел 7. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью	6	+
8	Раздел 8. PR-технологии в привлечении инвестиций	6	+
9	Раздел 9. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике. Политическое консультирование	6	+
10	Раздел 10. Связи с общественностью в государственных структурах	6	+
11	Подготовка к зачету	6	+
12	Зачет	2	+

4. Объем, структура и содержание дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических/астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

4.1 Объем дисциплины

Таблица 4 – Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины	Всего акад./астр часов
Всего зачетных единиц	3
Всего академических/астрономических часов учебных занятий	72/54
В том числе:	
контактной работы обучающихся с преподавателем	
по видам учебных занятий:	
занятия лекционного типа	10
практические занятия	16
промежуточной аттестации	
Самостоятельная работа обучающихся:	44
подготовка к контрольным работам	18
выполнение творческих заданий	20
курсовое проектирование	-
подготовка к зачету	6

Промежуточная аттестация – зачет

4.2. Структура дисциплины (обновляется по мере необходимости)

Таблица 5 – Структура дисциплины

Раздел дисциплины	Семес тр	Недел я семес тра	Всего	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах ауд/астр)			Вид контроля*
				Лекции	Практ. зан.	СРС	
Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления	3	1-3	8	2		6	Входной контроль Текущий контроль
Раздел 2. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	3	4	8	2		6	Текущий контроль
Раздел 3. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	3	5	6	2	2	2	Текущий контроль
Раздел 4. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе	3	6	6	2	2	2	Рубежный контроль
Раздел 5. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью	3	7	6	2	2	2	Текущий контроль
Раздел 6. СМИ как основной канал воздействия PR технологий	3	8	6		2	4	Текущий контроль
Раздел 7. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью	3	9	6		2	4	Рубежный контроль
Раздел 8. PR-технологии в привлечении инвестиций	3	10	6		2	4	Текущий контроль
Раздел 9. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике. Политическое консультирование	3	11	6		2	4	Текущий контроль

Раздел 10. Связи с общественностью в государственных структурах	3	12	6		2	4	Текущий контроль
Зачет	3	13	8			6	Итоговый контроль
Всего			72	10	16	44	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

4.3.1. Теоретические занятия - занятия лекционного типа

Таблица 6 – Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины, темы	Содержание	Кол-во часов	Форма проведения занятия	Оценочное средство*	Формируемый результат**
1	Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления	Природа общественных отношений. Общественные связи как инструмент управления общественными отношениями. Общественные связи в постиндустриальном обществе (концепции, функции, структура). Коммуникативные системы общественных связей. «Паблик рилейшнз» как управляющая элемент общественных связей. Противоречия в развитии общественных связей в постиндустриальном обществе.	2	Тематическая лекция	Текущий контроль	3.1 - знать основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России
2	Раздел 2. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	Связи с общественностью, отношения с общественностью, общественные отношения, общественное взаимодействие. Различные определения понятия PR (Паблик Рилейшнз), PR - коммуникативная функция управления, посредством которой организации адаптируются к окружающей их среде, меняют (или же сохраняют) её во имя достижения своих организационных целей. Истоки Паблик Рилейшнз. 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. Назовите популярные виды Паблик Рилейшенз в	2	Лекция-визуализация	Аналитическое задание (презентация)	3.2 – знать основные подходы к использованию инструментов связей с общественностью

		России.				
3	Раздел 3. 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	Тематическая лекция	Текущий контроль	3.3 – знать основы вербальных и невербальных коммуникаций, основы построения системы управления общественным и отношениями
4	Раздел 4. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе	Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Экономические, политические, идеологические и социальные факторы возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «публик рилейшнз». Становление PR как науки и учебной дисциплины. Зарождение «связей с общественностью» в США и пропагандистская деятельность в СССР. Роль СО в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции СО. Соотношение понятий и функций: СО и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг.	2	Тематическая лекция	Текущий контроль	3.4 – знать направления взаимодействия участников общественных коммуникаций

5	Раздел 5. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью	Этика и профессиональные стандарты в СО. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКООС, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов PACO. Сертификация и лицензирование профессионалов в СО. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью: Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Европейская Конфедерация связей с общественностью (CERP), Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA), Крупнейшие международные независимые компании и сети агентств в области связей с общественностью.	2	Тематическая лекция	Текущий контроль	3.5 – знать механизмы организации, планирования и проведения пиар-компаний, кодексы профессиональных стандартов
Всего			10			3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5

4.3.2. Занятия семинарского типа

Таблица 7 – Содержание практического (семинарского) курса

№ п/п	Темы практических занятий.	Кол-во часов	Форма проведения занятия	Оценочное средство*	Формируемый результат**
1.	Раздел 3. Информационные процессы в обществе и модели управления ими Информационные процессы и информационные технологии. Принципы планирования информационных кампаний. Управление кризисными ситуациями. Работа с целевыми аудиториями в условиях риска и чрезвычайных ситуаций. Типология федеральных, региональных и	2	Практическое занятие	Тест	3.3 – знать основы вербальных и невербальных коммуникаций, основы построения системы управления общественными отношениями

№ п/ п	Темы практических занятий.	Кол- во часов	Форма проведения занятия	Оценочное средство*	Формируемый результат**
	муниципальных информационных систем. Информационно аналитические центры и их роль в процессе принятия управленческих решений. Исследовательские программы изучения информационных потребностей населения. Структура и направление деятельности пресс служб федерального и субъектного уровня. Средства удовлетворения потребностей населения в социальной информации.				
2.	<p>Раздел 4. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе</p> <p>Основные профессиональные термины и понятия. Теория массового общества и роль СМК. Теория социальной ответственности СМК. Нормативные теории массовой коммуникации. Теория ограниченных эффектов СМК. Теория двухступенчатой коммуникации. Критические теории массовых коммуникаций. Система древних коммуникаций. Социально-коммуникационная революция: появление алфавита – путь к массовой грамотности. Революция в печати. Коммуникационная революция индустриального общества: телеграф, телефон, радио, телевидение. Новые средства коммуникации в информационном обществе: компьютер, интернет. Социальные последствия и особенности межличностной, специализированной (профессиональной) и массовой коммуникации.</p>	2	Практическое занятие	Текущий контроль	<p>3.4 – знать направления взаимодействия участников общественных коммуникаций</p>
3	<p>Раздел 5. Правовое и этическое обеспечение деятельности</p>	2	Практическое занятие	Текущий контроль	<p>3.5 – знать механизмы организации,</p>

№ п/п	Темы практических занятий.	Кол-во часов	Форма проведения занятия	Оценочное средство*	Формируемый результат**
	<p>в сфере связей с общественностью</p> <p>Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей.</p>				<p>планирования и проведения пиар-компаний, кодексы профессиональных стандартов</p>
4	<p>Раздел 6. СМИ как основной канал воздействия PR технологий</p> <p>PR и СМИ как социальные институты. Их функции, цели и задачи в современном обществе. PR деятельность в отношениях со СМИ и СМК. Аккредитация журналистов пресс службами. Предоставление информационных услуг. Мониторинг СМИ и предоставляемой ими информации. СМИ как канал PR. Понятие «четвертая власть». Процесс формирования четвертой власти в России. Место и роль теле- и радиовещания в социальных коммуникациях. Содержание, функции и принципы деятельности. Формы подачи новостных материалов в прессе и электронных СМИ. Проблемы манипуляции, дезинформации, умалчивания в работе с массовой аудиторией. Борьба со слухами. Виды информационных материалов, предоставляемых PR-отделами для непосредственной публикации в СМИ.</p>	2	Практическое занятие	Текущий контроль	<p>У1 – уметь</p> <p>разрабатывать пиар-программу для решения вопросов в области государственного регулирования или выхода из кризисной ситуации</p>
5	<p>Раздел 7. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью</p> <p>Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации.</p>	2	Практическое занятие	Текущий контроль	<p>У.2 - уметь</p> <p>составлять прогнозы развития, аналитические записки и отчеты о результатах проведения пиар-</p>

№ п/п	Темы практических занятий.	Кол-во часов	Форма проведения занятия	Оценочное средство*	Формируемый результат**
	<p>Сущность понятия "Имидж товара". Имидж и субъективный образ. 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. Определение брэнда. Составляющие элементы брэнда как целостной маркетинговой системы. Классификация брендов. Концепция формирования брэнда, Позиционирование брэнда.</p>				компаний
6	<p>Раздел 8. PR-технологии в привлечении инвестиций</p> <p>Развитие экономики и фондового рынка в частности в России и появление необходимости в финансовых PR-консультантах. PR-сопровождение и информационное сопровождение размещения IPO компаний как особая ниша для нашей индустрии внутри финансово-инвестиционного направления. IPO (initial public offering) или первоначальная публичная эмиссия - первое публичное размещение акций компании) - один из наиболее эффективных и сравнительно дешевых методов получения ресурсов для развития бизнеса. Кто выступает компанией-эмитентом, и что дает успешное IPO. PR сопровождение в</p>	2	Практическое занятие	Тест	<p>У.3 - уметь</p> <p>реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями</p> <p>В.2 - владеть</p> <p>методами анализа общественных процессов; навыками публичной и научной речи</p>

№ п/п	Темы практических занятий.	Кол-во часов	Форма проведения занятия	Оценочное средство*	Формируемый результат**
	<p>IPO как составная часть финансового Паблик Рилейшнз, связанное с изменением управленческой структуры, переходом к новым формам финансовой отчетности, коренным преобразованием взаимоотношений с внешним окружением, переходом на новые стандарты публичности. Кто осуществляет PR в IPO и оказывает подобную услугу в России (в сравнении с развитыми странами западной Европы). Развитие российских компаний предоставляющих PR услуги в IPO.</p>				
7	<p>Раздел 9. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике. Политическое консультирование</p> <p>Коммуникации в политике. Предмет политической коммуникации. Основные понятия политической коммуникации: коммуникация, политика, власть, политическая коммуникация, социально-политические технологии, субъекты и формы политической коммуникации. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции. Понятие политического консалтинга. Политическое консультирование: типы, виды и формы. Специфика политического консультирования. Технологии политического консультирования. Внутреннее и внешнее политическое консультирование. Характеристика современного рынка политических консультационных услуг в России. Политический консультант: типы, характерные черты, функции. Работа консультанта в избирательной кампании по созданию стратегии клиента. СМИ как инструмент политического</p>	2	Практическое занятие	Текущий контроль	<p><i>В.1 - владеть</i></p> <p>специальной терминологией в области современной науки об общественных отношениях; современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью</p> <p><i>У.4 - уметь</i></p> <p>формулировать требования по разработке элементов пиар-компаний.</p>

№ п/п	Темы практических занятий.	Кол-во часов	Форма проведения занятия	Оценочное средство*	Формируемый результат**
	манипулирования. Приемы политического манипулирования. Манипулирование и политическая реклама.				
8	Раздел 10. 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 в СО - 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	2	Практическое занятие	Текущий контроль	В.3 - владеть принципами этического поведения; основными нормативными положениями
10	Всего	16			3.1, 3.4, 3.5 , У.1, У.2, У.3, У.4, В.1, В.2, В.3

4.3.3. Самостоятельная работа

Таблица 8 – Задания для самостоятельного изучения

№ п/п	Тема	Кол-во часов	Оценочное средство*	Формируемый результат**
1	Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления	6	<i>Рецензирование научных статей</i>	3.1 - знать основные концепции организации общественных связей за рубежом и в

				России
2	Раздел 2. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	6	<i>Тест</i>	3.2 – знать основные подходы к использованию инструментов связей с общественностью
3	Раздел 3. Информационные процессы в обществе и модели управления ими	2	<i>Реферат</i>	3.3 – знать основы вербальных и невербальных коммуникаций; основы построения системы управления общественными отношениями
4	Раздел 4. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе	2	<i>Презентация</i>	3.4 – знать направления взаимодействия участников общественных коммуникаций
5	Раздел 5. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью	2	<i>Тест</i>	3.5 – знать механизмы организации, планирования

				и проведения пиар-компаний, кодексы профессиональных стандартов
6	Раздел 6. СМИ как основной канал воздействия PR технологий	4	<i>Реферат</i>	У1 – уметь разрабатывать пиар-программу для решения вопросов в области государственного регулирования или выхода из кризисной ситуации
7	Раздел 7. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью	4	<i>Презентация</i>	У.2 - уметь составлять прогнозы развития, аналитические записки и отчеты о результатах проведения пиар-компаний
8	Раздел 8. PR-технологии в привлечении инвестиций	4	<i>Тест</i>	У.3 - уметь реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями В.2 - владеть методами анализа общественных процессов; навыками публичной и научной речи
9	Раздел 9. Сущность и особенности коммуникативных	4	<i>Реферат</i>	В.1 - владеть

	процессов в политике. Политическое консультирование			специальной терминологией в области современной науки об общественных отношениях; современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью У.4 - уметь формулировать требования по разработке элементов пиар-компаний.
10	Раздел 10. Связи с общественностью в государственных структурах	4	<i>Презентация</i>	В.3 - владеть принципами этического поведения; основными нормативными положениями
11	<i>Подготовка к зачету</i>	6	<i>Тест</i>	3.1, 3.4, 3.5 , У.1, У.2, У.3, У.4, В.1, В.2, В.3
12	Всего	44		

5. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

5.1. Перечень образовательных технологий

Формирование в компетентностном подходе у обучающегося общекультурной компетенции порогового базового уровня УК-4 предусматривает использование в учебном процессе инновационных образовательных технологий, активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой.

Активные формы занятий побуждают обучаемых к мыслительной активности, к проявлению творческого, исследовательского подхода и поиску новых идей для решения разнообразных задач по специальности и способствуют разнообразному (индивидуальному, групповому, коллективному) изучению (усвоению) учебных вопросов (проблем), активному взаимодействию обучаемых и преподавателя, межличностной коммуникации в устной и письменной формах, живому обмену мнениями между ними, нацеленному на выработку правильного понимания содержания изучаемой темы и способов ее практического использования. В соответствии с этим при изучении дисциплины «Общественно-политические коммуникации в органах власти» предусматривается использование следующих образовательных технологий:

1. Входной контроль в виде решения тестовых заданий.
2. Теоретические занятия - занятия лекционного типа в виде:
 - проблемная мультимедийная лекция с элементами беседы и визуализации;
 - проблемная мультимедийная лекция с элементами дискуссии.
3. Занятия семинарского типа проводятся в виде практических занятий, семинаров-круглых столов, обсуждения творческих работ.

5.2. Лицензионное программное обеспечение

В образовательном процессе при изучении дисциплины используется следующее лицензионное программное обеспечение:

- ОС Windows 7 (подписка Azure Dev Tools for Teaching)
- MS Office 2007 (Microsoft Open License (Academic))
- Kaspersky Endpoint Security 10 (лицензия 1C1C1903270749246701337)
- Система тестирования INDIGO (лицензия №54736)

5.3. Информационные справочные системы

Изучение дисциплины сопровождается применением информационных справочных систем:

- Справочная информационно-правовая система «Гарант» (договор №118/12/11)
- Справочная информационно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор №СВ16-182)

5.4. Современные профессиональные базы данных

Изучение дисциплины сопровождается применением современных профессиональных баз данных:

- Электронно-библиотечная система «Университетская Библиотека Онлайн» - <https://biblioclub.ru/>.

- Научная электронная библиотека - www.elibrary.ru.

- Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus - <https://www.scopus.com>.

Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com>

Архив научных журналов НП Национальный Электронно-Информационный Консорциум (НЭИКОН) (arch.neicon.ru)

- Научная библиотека открытого доступа - <https://cyberleninka.ru>

- Информационная система Everyday English in Conversation - <http://www.focusenglish.com>.

- База данных OxfordJournals Оксфордская открытая инициатива включает полный и факультативный открытый доступ к более, чем 100 журналам, выбранным из каждой предметной области - https://academic.oup.com/journals/pages/social_sciences.

6. Оценочные средства для проведения входного, текущего, рубежного контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине и методические материалы по ее освоению

Типовые задания, база тестов и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения дисциплины (в т.ч. в процессе её освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложении 1 к рабочей программе дисциплины

Универсальная система оценивания результатов обучения выполняется в соответствии в положением о текущем контроле АНООВО «КИУ», утвержденном приказом ректора № 218 о/д от 19.09.2018 и включает в себя системы оценок:

- 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»;
- 2) «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (обновляется ежегодно)

7.1. Основная учебная литература

Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 163 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134>.

Коренкова, С. И. Учет в автономных и бюджетных учреждениях. Учет в казенных учреждениях и органах власти: практикум для студентов направления 38.03.01 Экономика очной и заочной формы обучения : [16+] / С. И. Коренкова ; отв. ред. Д. Л. Скипин ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2018. – 47 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572892>.

7.2. Дополнительная учебная литература

Барциц, И. Н. Система государственного и муниципального управления : в 2 томах : [16+] / И. Н. Барциц ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2019. – Том 1. – 513 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577830>.

Барциц, И. Н. Система государственного и муниципального управления : в 2 томах : [16+] / И. Н. Барциц ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2019. – Том 2. – 545 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577831>.

Шаходанова, О. Ю. Организация государственных учреждений России : учебное пособие : [16+] / О. Ю. Шаходанова ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2018. – 162 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573893>.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (обновляется ежегодно)

1. <http://biblioclub.ru/> - электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE».
2. <http://lib.usue.ru> – Информационно библиотечный комплекс.
3. <http://www.eLIBRARY.RU> - научная электронная библиотека.
4. <http://www.knigafund.ru> -Электронная библиотека студента «КнигаФонд».

9. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (обновляется ежегодно)

Для изучения дисциплины используется мультимедийная аудитория, вместимостью более 25 человек. Мультимедийная аудитория оснащена современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов.

Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, проекционного экрана, акустической системы, персонального компьютера (с техническими характеристиками не ниже: процессор - 300 MHz, оперативная память -128 Мб), интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение. Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе «Университетская библиотека ONLINE», доступ к которой предоставлен обучающимся. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям ФГОС ВО по направлению 38.04.04 – «Государственное и муниципальное управление».

Приложение 1
к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.6.1 Общественно-
политические коммуникации в органах
власти

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ВХОДНОГО, ТЕКУЩЕГО, РУБЕЖНОГО
КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ЕЕ ОСВОЕНИЮ**

**«ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНАХ
ВЛАСТИ» (Б1.В.ДВ.6.1)**

Направление подготовки	38.04.04. Государственное и муниципальное управление
Направленность	Национальная безопасность
Квалификация (степень) выпускника (уровень направления подготовки)	магистр
Форма обучения	очная, очно-заочная, заочная

Калининград

2024

6.1. Оценочные средства для проведения входного, текущего, рубежного контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине и методические материалы по ее освоению

6.1.1. Цель оценочных средств

Целью оценочных средств является установление соответствия уровня подготовленности обучающегося на данном этапе обучения требованиям рабочей программы по дисциплине «Общественно-политические коммуникации в органах власти».

Оценочные средства - это совокупность материалов, измерительных инструментов, описания оценочных форм и процедур, которые используются для измерения и оценки уровня сформированности компетенций (части компетенции) обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Государственные и муниципальные финансы».

Контрольно-измерительные материалы (КИМ) – разновидность оценочных средств, направленных на два основных процесса: **контроль** и **измерение**.

Оценочные средства включают контрольно-измерительные материалы для проведения всех видов контроля и оценки в форме тестовых заданий, доклада-презентации по проблемным вопросам промежуточной аттестации в форме вопросов и заданий к экзамену /зачету.

6.1.2. Объекты оценивания – результаты освоения дисциплины

Объектами оценивания являются знания, умения и владения в соответствии с требованиями ФГОС ВО по освоению дисциплины «Общественно-политические коммуникации в органах власти».

Результатами освоения дисциплины являются освоение компетенции УК-4- способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.

Таблица 1 – Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины с указанием этапов их формирования

Контролируемые Разделы дисциплины Темы занятий	Контролируемые компетенции (или её части)		Планируемые результаты освоения дисциплины*	Вид контроля и наименование оценочного средства*		
	Код	Содержание компетенции		<i>входной</i>	<i>текущий</i>	<i>Промежуточная аттестация</i>
Раздел 1. Общественные отношения: природа и система управления	УК-4	Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	3.1 - знать основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России	Т1		
Раздел 2. История, концепции, функции «Связей с общественностью»	УК-4	Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	3.2 – знать основные подходы к использованию инструментов связей с общественностью		П1	
Раздел 3. Информационные процессы в обществе и модели	УК-4	Способность применять современные	3.3 – знать основы	Т1		

управления ими		коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	вербальных и невербальных коммуникаций; основы построения системы управления общественными отношениями			
Раздел 4. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе	УК-4	Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	3.4 – знать направления взаимодействия участников общественных коммуникаций		П1	
Раздел 5. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью	УК-4	Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	3.5 – знать механизмы организации, планирования и проведения пиар-компаний, кодексы профессиональных стандартов	Т1		

<p>Раздел 6. СМИ как основной канал воздействия PR технологий</p>	<p>УК-4</p>	<p>Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>У1 – уметь</p> <p>разрабатывать пиар-программу для решения вопросов в области государственного регулирования или выхода из кризисной ситуации</p>		<p>П1</p>	
<p>Раздел 7. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью</p>	<p>УК-4</p>	<p>Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>У.2 - уметь</p> <p>составлять прогнозы развития, аналитические записки и отчеты о результатах проведения пиар-компаний</p>	<p>Т1</p>		
<p>Раздел 8. PR-технологии в привлечении инвестиций</p>	<p>УК-4</p>	<p>Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>У.3 - уметь</p> <p>реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными</p>		<p>П1</p>	

			<p>отношениями</p> <p><i>В.2 - владеть</i></p> <p>методами анализа общественных процессов; навыками публичной и научной речи</p>			
<p>Раздел 9. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике. Политическое консультирование</p>	УК-4	<p>Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p><i>В.1 - владеть</i></p> <p>специальной терминологией в области современной науки об общественных отношениях; современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью</p> <p><i>У.4 - уметь</i></p> <p>формулировать требования по разработке элементов пиар-компаний.</p>	Т1		

<p>Раздел 10. Связи с общественностью в государственных структурах</p>	<p>УК-4</p>	<p>Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>В.3 - владеть</p> <p>принципами этического поведения; основными нормативными положениями</p> <p>УК-4 – способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>		<p>П1</p>	
---	-------------	--	--	--	-----------	--

**В соответствии с Перечнем планируемых результатов обучения по дисциплине (Таблица 2) Указывается вид контроля, предусмотренный рабочей программой*

6.1.3. Примерные оценочные средства и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений в процессе освоения дисциплины, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

Примерные оценочные средства для проведения входного контроля

1. Что такое общественно-политическая коммуникация?
2. Какие основные формы общественно-политических коммуникаций вы знаете?
3. Каковы функции СМИ в системе общественно-политической коммуникации?
4. Что означает термин "медиазация" политики?
5. Какие типы аудитории участвуют в общественно-политическом дискурсе?
6. Какова роль социальных сетей в современных политических коммуникациях?
7. Что понимается под политическим пиаром и как он используется?
8. Какие этические проблемы возникают в ходе политических кампаний?
9. Как связаны понятия "информационная война" и "общественно-политическая коммуникация"?
10. Каково значение гражданского общества в процессах общественно-политического взаимодействия?
11. Какие коммуникативные стратегии используют политические партии для достижения своих целей?
12. Что значит "критическое мышление" в контексте общественно-политической коммуникации?
13. Как влияет идеология на восприятие информации в обществе?
14. Какие механизмы обратной связи действуют в системе общественных коммуникаций?
15. Как изменились модели политической коммуникации с развитием цифровых технологий?
16. Что понимают под "манипуляцией общественным мнением"? Приведите пример.
17. Какую роль играет пропаганда в политике?
18. Какие барьеры мешают эффективной общественной дискуссии?
19. Как культура влияет на процессы общественно-политической коммуникации в разных странах?
20. Какие глобальные тренды определяют будущее общественно-политических коммуникаций?

Примерные оценочные средства для проведения текущего и рубежного контроля

Текущий контроль осуществляется для оценки уровня сформированности компетенции «УК-4».

Примерные вопросы текущего контроля для оценки компетенции «УК-4»:

1. Институт публич-рилейшнз (PR), его становление и развитие в России.
2. Предмет, структура и основные функции PR.
3. Развитие института PR в США и Европе.
4. Управление и информация. Организационные структуры PR.
5. Роль PR в государственном управлении.
6. Паблик-рилейшнз в политике.
7. Политическая реклама: структура, функции, цели, принципы.
8. Имидж политического лидера: условия и технологии формирования.
9. PR в бизнесе. Характеристика маркетинговых коммуникаций.
10. Коммерческая реклама: содержание и основные виды.

11. Понятие и типология организаций. Фирменный стиль и корпоративная культура.
12. Имидж фирмы. Фирменный стиль и корпоративная культура.
13. Коммуникативный процесс: структура, элементы, функции.
14. Информационная культура государственного служащего.
15. Коммуникации в организациях: внутренние и внешние взаимодействия с общественностью.
16. Общение и коммуникация — основа деятельности PR.
17. Коммуникационные барьеры и условия их преодоления.
18. Понятие «общественность». Внутренние и внешние связи с общественностью в сфере деятельности PR.
19. Понятия «имидж», «образ», «стереотип». Взаимодействие имиджа и стереотипа в деятельности PR.
20. Стереотипы восприятия имиджа организации и потребительское поведение.
21. Паблик-релейшнз — имидж профессии: знания, навыки, личностные качества.
22. Информационно аналитические центры и их роль в процессе принятия управленческого решения.
23. PR и средства массовой информации: система взаимодействия.
24. Пресс-служба — организационная структура PR.
25. Специфика деятельности пресс служб в органах исполнительной и законодательной ветвей власти.
26. Система средства массовой информации современной России.
27. Кризисный PR: методы управления кризисами и конфликтными ситуациями
28. Понятие «общественное мнение», структура и функции.
29. Формирование и методы исследования общественного мнения.
30. Информационные ресурсы Российской Федерации.
31. Информационные каналы Российской Федерации.
32. Информационная политика России: проблемы, тенденции развития.
33. Роль СМИ и PR в реализации прав человека на информацию.
34. Обеспечение информационной безопасности личности, общества и государства Российской Федерации.
35. Конституция Российской Федерации об информационных правоотношениях.
36. Правовые основы деятельности паблик-релейшнз.
37. Слухи — неформальная коммуникация. Виды слухов и борьба с ними.
38. Право граждан Российской Федерации на достоверную информацию.
39. Экономические, правовые, этические предпосылки и условия формирования достоверной информации в СМИ.
40. Защита граждан от недобросовестной и вредной информации.
41. Паблик-релейшнз и система маркетинга.
42. Сегментация рынка потребителей.
43. Создание общественной репутации фирмы.
44. Паблисити, спонсорство, благотворительность.
45. Этические нормы и кодексы чести специалиста PR.
46. Исследовательские программы PR.

47. Методы и технологии воздействия на общественность.
48. Искусство ведения переговоров.
49. Основные организационные формы публик-рилейшнз.
50. Организация и проведения пресс-конференций.

Вопросы для самостоятельной работы обучающихся

1. Связи с общественностью (публик рилейшнз): специфика, значение и основные понятия, функции и роль в современном обществе.
2. История становления PR как области знаний и сферы деятельности.
3. Характеристика моделей связей с общественностью: модель властвования и подчинения, переходная модель, управленческая модель.
4. Цели коммерческого и государственного PR. Функции PR.
5. Государственные PR (GR) как объект изучения.
6. Характеристика коммуникационных проблем в работе менеджера по связям с общественностью (на основе коммуникационной цепочки Лассуэла Г.)
7. Лидеры мнений и их роль в коммуникационном процессе и в формировании общественного мнения. Теория двухшагового потока (двухступенчатая схема коммуникации) Лазарсфельда и Катца.
8. Виды коммуникационных каналов и их эволюция.
9. Коммуникационные барьеры (прагматические шумы): специфика, классификация и способы нейтрализации.
10. Вербальные коммуникации в PR: правила составления текстовых материалов.
11. Правила и этапы подготовки публичных выступлений.
12. Невербальные коммуникации в PR: их специфика и роль
13. PR-службы в крупных государственных структурах.
14. Работа отделов по связям с общественностью в местных органах власти: задачи, специфика и основные направления деятельности.
15. Работа GR-департаментов в крупных корпорациях.
16. Виды и формы агитационной работы.
17. Принципы и правила организации информационно-разъяснительной работы среди населения с использованием приемов и методов PR. Методы установления прямой и обратной связи с населением.
18. Государственные услуги населению: проблема качества и эффективности (по Федеральному закону «О предоставлении государственных и муниципальных услуг», 2010 г.).
19. Процесс управления СМИ и информацией: характеристика основных этапов.

20. Характеристика материалов PR для прессы: пресс-релиз, бэкграундер, медиа-кит, факт-лист.
21. Материалы PR для прессы: форма «вопрос-ответ», обзорная статья, авторская статья, занимательная статья, кейс-история.
22. Правила составления и оформления пресс-релиза.
23. Пресс-центр в органах власти: основные функции и специфика деятельности.
24. Организация и проведение аккредитации журналистов.
25. Организация и проведение пресс-конференций и брифингов.
26. Правила проведения круглых столов.
27. Мониторинг СМИ. Виды мониторинга СМИ. Медиа-карта.
28. Лоббирование: специфика деятельности и функции в современном обществе.
29. Виды лоббизма и их характеристика.
30. Набор действий и методы работы в сфере лоббирования.
31. Зарубежный опыт правового регулирования лоббизма
32. Отечественная практика правового регулирования лоббизма.
33. Формирование групп интересов.
34. Общие характеристики политического имиджа.
35. Требования к политическому имиджу: черты победителя, черты «отца», стереотипная многоплановость, открытость, эффективные коммуникации, окружение политика.
36. Технологии формирования политического имиджа: формирование имиджа с опорой на идеальный образ политического лидера и сценарный подход.
37. Формирование имиджа политической партии.
38. Электронное правительство: зарубежный опыт.
39. Требования к предоставлению государственных и муниципальных услуг в электронном виде.
40. Спин-доктор в политической сфере.
41. Политические коммуникации кандидата с населением.
42. Теории коммуникации, используемые специалистами по связям с общественностью: теория использования и удовлетворения, теория структурирования, теория когнитивного диссонанса, теория распространения и усвоения Роджерса, теория "спираль умолчания" Э. Ноэль-Нойман.
43. Общая характеристика имиджа органа государственной власти.
44. Коммуникативные стратегии и тактики формирования положительного имиджа ОГВ.
45. Общественное мнение: определение понятия, специфика, роль в современном обществе

Темы рефератов

- 1 Эволюция политической коммуникации
- 2 Язык политической коммуникации
- 3 Политическая коммуникация в эпоху цифровых технологий
- 4 История развития коммуникационных теорий
- 5 Межкультурная коммуникация
- 6 Коммуникация в семье
- 7 Линейная модель политической коммуникации
- 8 Сетевые модели политической коммуникации
- 9 Политическая коммуникация в современном обществе
- 10 Влияние социальных медиа на общественное мнение о брендах
- 11 Роль рекламы в формировании общественного мнения
- 12 Этика и манипуляции в медиа
- 13 Интернет-активизм и формирование общественного мнения
- 14 Публичные отношения в условиях политических кризисов
- 15 Роль бизнеса в избирательных кампаниях
- 16 Этика и прозрачность в политическом PR
- 17 Сравнение политического PR в разных странах
- 18 Стратегии переговоров в бизнесе и политике
- 19 Роль дипломатии в переговорном процессе
- 20 Влияние общественного мнения на переговорный процесс
- 21 Этика и прозрачность в переговорах
- 22 Электронные петиции и обратная связь с государством
- 23 Этика и безопасность в сетевых коммуникациях
- 24 Интернет-платформы для диалога с обществом
- 25 Образование и общественное взаимодействие
- 26 Кризисное PR и коммуникация в экстренных ситуациях
- 27 GR-стратегии в условиях кризисов
- 28 GR в международных отношениях

Примерный тест

1. **Что из перечисленного не относится к основным функциям СМИ в системе общественно-политической коммуникации?**
 - a) Информирование
 - b) Образование
 - c) Развлечение

d) Пропагандистская деятельность

2. **Какой тип аудитории характеризуется высоким уровнем вовлеченности и активного участия в политическом процессе?**

a) Пассивная аудитория

b) Активная аудитория

c) Латентная аудитория

d) Нейтральная аудитория

3. **Как называется стратегия передачи политической информации таким образом, чтобы она воспринималась аудиторией как объективная и нейтральная?**

a) Фрейминг

b) Спин-докторинг

c) Манипуляция

d) Информационное воздействие

4. **Какие из перечисленных ниже факторов не являются основными элементами медиаполитики?**

a) Законодательство о СМИ

b) Политика государства в области культуры

c) Экономическая политика

d) Цензура

5. **Кто впервые предложил концепцию "агенты-сеттинга"?**

a) Макс Вебер

b) Карл Маркс

c) Макс Маклюэн

d) Бернард Коэн

6. **Политическая реклама – это форма...**

a) Прямой агитации

b) Косвенной пропаганды

c) Непрямого влияния

d) Все вышеперечисленное

7. **В каком году был принят Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации"?**

a) 1990

b) 1989

c) 2000

d) 2010

8. **Термин "инфотейнмент" обозначает...**

- a) Сочетание информационных и развлекательных элементов в СМИ
- b) Использование развлечений для манипулирования общественным мнением
- c) Процесс информирования населения через развлечения
- d) Создание новостных шоу-программ

9. **Кому принадлежит выражение "Медиа – это сообщение"?**

- a) Маршалл Маклюэн
- b) Герберт Шиллеру
- c) Юрию Леваде
- d) Умберто Эко

10. **Согласно теории "спираль молчания", люди склонны выражать свои мнения, если они...**

- a) Чувствуют поддержку большинства
- b) Имеют доступ к полной информации
- c) Ощущают давление со стороны властей
- d) Получили образование в области журналистики

11. **Что из перечисленного не является примером социальной сети, используемой для общественно-политических коммуникаций?**

- a) Facebook
- b) Twitter
- c) Instagram
- d) LinkedIn

12. **Какой из следующих терминов описывает процесс воздействия одного человека на другого посредством убеждения?**

- a) Мобилизация
- b) Агитация
- c) Пропаганда
- d) Персуазия

13. **Какая из следующих концепций связана с влиянием новых медиа на традиционные формы политической коммуникации?**

- a) Гипермедийность
- b) Конвергентность
- c) Симультанность
- d) Интерактивность

14. **Основной целью информационной войны является...**

- a) Дестабилизация политической системы противника
- b) Укрепление национальной безопасности
- c) Повышение уровня доверия к государственным институтам
- d) Улучшение международного имиджа страны

15. **Понятие "фейковые новости" стало особенно актуальным в связи с...**

- a) Ростом популярности телевидения
- b) Появлением интернета и социальных сетей
- c) Увеличением числа печатных изданий
- d) Развитием радио как средства массовой информации

16. **Принцип свободы слова закреплен в...**

- a) Конституции Российской Федерации
- b) Законе "О рекламе"
- c) Кодексе профессиональной этики журналиста
- d) Международном пакте о гражданских и политических правах

17. **Кто из перечисленных философов и социологов не занимался исследованием роли СМИ в общественном сознании?**

- a) Юрген Хабермас
- b) Жан Бодрийяр
- c) Мишель Фуко
- d) Пьер Бурдьё

18. **Термин "праймериз" обозначает...**

- a) Первичные выборы внутри одной политической партии
- b) Отбор кандидатов на должность президента
- c) Общественные дебаты между кандидатами
- d) Встречи кандидатов с избирателями

19. **В какой стране была разработана модель "четырёх волн демократизации"?**

- a) США
- b) Франция
- c) Германия
- d) Великобритания

20. **Одним из основных методов политической манипуляции является...**

- a) Аргументация
- b) Логическое убеждение
- c) Ложь и дезинформация
- d) Обсуждение и диалог

Примерные оценочные средства для проведения промежуточной аттестации (зачета) для проверки сформированности компетенции УК-4.

1. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.
2. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.
3. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях.
4. Специфика медиарелейшнз в сфере политики и государственного управления.
5. Внутрикorporативный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении.
6. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления.
7. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
8. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире.
9. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
10. Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях.
11. Информационный процесс как многоуровневая система.
12. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
13. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях.
14. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами.
15. Основные информационные модели.
16. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности.
17. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
18. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.
19. Власть – население: формы работы, обратная связь.
20. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
21. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.
22. Алгоритм формирования имиджа государственной власти.

23. Технологии формирования имиджа власти.
24. Имиджевые стратегии.
25. PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти.
26. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.
27. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.
28. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы.
29. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст.
30. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
31. Организация специальных мероприятий.
32. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников.
33. Лоббизм и лоббирование.
34. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов.
35. Понятие «диагностика». Консультационные PR-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования.
36. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности.
37. Источники информации о политическом объекте.
38. Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта.
39. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления.
40. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
41. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально- политических конфликтов.
42. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.
43. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.
44. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических кампаниях.
45. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.

46. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.

47. Основные принципы взаимодействия политических акторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами).

48. Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.

49. Понятие «политическая партия». Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий.

50. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря.

51. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя.

52. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации.

53. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей.

54. Виды общественно-политических организаций.

55. Система органов государственной власти РФ. Место и роль информационно-аналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений.

56. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь.

57. Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров.

58. Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания.

59. Диагностика социально-политических процессов.

60. Стратегическое планирование информационной деятельности.

6.1.4. Комплект оценочных материалов для проведения диагностической работы по дисциплине «Антимонопольное регулирование и защита конкуренции в РФ»

Формируемая компетенция: УК-4.

Вариант № 1 для диагностирования сформированности компетенций УК-4.

А. Задания закрытого типа:

Задание с выбором одного верного ответа из четырёх предложенных.

Задание 1.

Прочитайте вопросы, выберите один правильный вариант ответа и запишите соответствующую ему букву в поле «Ответ».

Что такое общественные отношения?

- А) Взаимодействие между людьми, основанное на их интересах.
- Б) Система законов и правил, регулирующих поведение людей.
- В) Экономические связи между государствами.
- Г) Культурные традиции и обычаи народа.

Ответ:

Задание с выбором нескольких вариантов ответа из четырёх предложенных.

Задание 2.

Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответов и запишите соответствующие им буквы в поле «Ответ» без пробелов и знаков препинания.

Какие концепции лежат в основе современных связей с общественностью? Выберите два правильных ответа.

- А) Теория социального контроля.
- Б) Теория двухступенчатого потока информации.
- В) Теория рационального выбора.
- Г) Теория коммуникативного действия.

Ответ:

Задание на установление соответствия.

Задание 3.

Прочитайте текст и установите соответствие между термином и его значением: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца:

Установите соответствие между информационными процессами и методами их реализации:

	Информационный процесс		Метод реализации
1	Передача информации через социальные сообщества	А	Электронная почта
2	Обмен данными внутри организации	Б	Веб-сайты
3	Рассылка новостей подписчикам	В	Мессенджеры
4	Продвижение инициатив органов власти	Г	Социальные сети

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами в поле «Ответ».

Ответ:

А	Б	В	Г

Задание на установление последовательности.

Задание 4.

Прочитайте задание и установите последовательность.

Установление последовательности подходов к изучению массовой коммуникации

- А) Функционализм (исследование функций массовой коммуникации в обществе).
- Б) Критический подход (анализ идеологических и властных структур).
- В) Постмодернизм (размышления о фрагментарности и множественности смыслов).

Запишите соответствующую последовательность букв слева направо без пробелов и знаков препинания в поле «Ответ»:

Ответ:

Б. Задания комбинированного типа

Задание с выбором одного верного ответа из предложенных и обоснованием выбора.

Задание 5.

Выберите один правильный вариант ответа и запишите соответствующую ему букву (цифру) в поле «Ответ».

Как называется основной принцип, согласно которому специалист по связям с общественностью должен всегда действовать честно и открыто?

А) Принцип конфиденциальности.

Б) Принцип прозрачности.

В) Принцип уважения.

Г) Принцип справедливости.

В поле «Обоснование» раскройте этическую важность выбранного вами принципа.

Обоснование:

Задание с выбором нескольких вариантов ответа из четырёх предложенных и развёрнутым обоснованием выбора.

Задание 6.

Прочитайте задание, выберите все правильные варианты ответов и запишите соответствующие им буквы в поле «Ответ» без пробелов и знаков препинания. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа в поле «Обоснование»

Какие цели преследует политическая коммуникация?

А) Формирование лояльности избирателей.

Б) Поддержание существующего режима.

В) Изменение общественного мнения.

Г) Повышение уровня осведомленности граждан.

Ответ:

Обоснование:

В. Задания открытого типа

Задание с развёрнутым ответом.

Задание 7.

Предположим, ваш кандидат столкнулся с кризисной ситуацией во время избирательной кампании (появились негативные публикации в СМИ). Запишите не менее двух PR-мероприятий для минимизации ущерба и восстановления доверия избирателей.

Ответ:

Задание с развёрнутым ответом.

Задание 8.

Прочитайте текст и запишите в поле «Ответ» свои аргументы, обосновывающие выбор ответа. Используйте чёткие, компактные формулировки.

Пресс-секретарь – это должность, которая отвечает за взаимодействие со средствами массовой информации и подготовку официальных _____ от имени государственной структуры.

Запишите в поле «Ответ» необходимое слово. В поле «Обоснование запишите не менее двух аргументов, обосновывающих важность приведенной в задании миссии пресс-секретаря. Используйте чёткие, компактные формулировки.

Ответ:

Обоснование:

Вариант № 2 для диагностирования сформированности компетенций УК-4.

А. Задания закрытого типа:

Задание с выбором одного верного ответа из четырёх предложенных.

Задание 1.

Прочитайте вопросы, выберите один правильный вариант ответа и запишите соответствующую ему букву в поле «Ответ».

Какова основная функция системы управления общественными отношениями?

- А) Обеспечение порядка и стабильности в обществе.
- Б) Развитие экономики страны.
- В) Защита прав человека.
- Г) Все вышеперечисленное.

Ответ:

Задание с выбором нескольких вариантов ответа из четырёх предложенных.

Задание 2.

Прочитайте текст, выберите все правильные варианты ответов и запишите соответствующие им буквы в поле «Ответ» без пробелов и знаков препинания.

Какие функции выполняют специалисты по связям с общественностью в современном мире? Выберите три правильных варианта.

- А) Организация мероприятий.
- Б) Проведение маркетинговых исследований.
- В) Создание и распространение контента.

Г) Управление кризисными ситуациями.

Ответ:

А, В,

Задание на установление соответствия.

Задание 3.

Прочитайте текст и установите соответствие между термином и его значением: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца:

Установите соответствие между информационными процессами и методами их реализации:

	Информационный процесс		Метод реализации
1	Сбор данных о потребностях населения	А	Модель прямого регулирования
2	Принятие решения для обеспечения безопасности населения и оперативного предотвращения преступлений	Б	Модель обратной связи
3	Принятие решений на основе анализа данных	В	Административно-командная модель
4	Корректировка политики после получения обратной связи от граждан	Г	Инновационная модель

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами в поле «Ответ».

Ответ:

А	Б	В	Г

Задание на установление последовательности.

Задание 4.

Прочитайте задание и установите последовательность.

Установление последовательности этапов исследования эффектов массовой коммуникации

А) Исследование ограниченного эффекта средств массовой информации.

Б) Исследование мощного эффекта средств массовой информации.

В) Исследование умеренного эффекта средств массовой информации с учетом различных факторов.

Запишите соответствующую последовательность букв слева направо без пробелов и знаков прерывания в поле «Ответ»:

Ответ:

Б. Задания комбинированного типа

Задание с выбором одного верного ответа из предложенных и обоснованием выбора.

Задание 5.

Выберите один правильный вариант ответа и запишите соответствующую ему букву в поле «Ответ». Запишите не менее двух аргументов, обосновывающие выбор ответа в поле «Обоснование»

Почему СМИ являются основным каналом воздействия PR?

А) Потому что они имеют широкую аудиторию и могут быстро распространять информацию.

- Б) Потому что СМИ – самый недорогой канал.
- В) Потому что журналисты всегда готовы бесплатно публиковать новости компаний.
- Г) Потому что СМИ, в отличие от социальных сетей и мессенджеров, обладают большей оперативностью.

Обоснование:

Задание с выбором нескольких вариантов ответа из четырёх предложенных и развёрнутым обоснованием выбора.

Задание 6.

Прочитайте задание, выберите все правильные варианты ответов и запишите соответствующие им буквы в поле «Ответ» без пробелов и знаков препинания. Запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа в поле «Обоснование»

Какие ключевые характеристики отличают политическую коммуникацию от других видов коммуникации?

- А) Ориентация на достижение власти или влияние на власть.
- Б) Высокая степень символизма и ритуальности.
- В) Частое использование манипулятивных техник.
- Г) Важность обратной связи и взаимодействия с аудиторией.

Ответ:

Обоснование:

В. Задания открытого типа

Задание с развёрнутым ответом.

Задание 7.

Перечислите не менее двух основных видов политических технологий, используемых в современных избирательных кампаниях. Кратко опишите их

Ответ:

Задание с развёрнутым ответом.

Задание 8.

Специалист по связям с общественностью должен уметь эффективно управлять коммуникацией, чтобы создать положительный _____ государственного органа.

Запишите в поле «Ответ» необходимое слово. В поле «Обоснование» приведите не менее двух аргументов, обосновывающих необходимость эффективного управления коммуникацией. Используйте чёткие, компактные формулировки.

Ответ:

Б

Обоснование:

**Распределение заданий по типам и уровням сложности по дисциплине
по дисциплине**

«Общественно-политические коммуникации в органах власти»

Формируемые компетенции: УК-4

Код компетенции	Индикатор сформированности компетенции	Номер задания	Тип задания	Уровень сложности задания	Время выполнения (мин.)
УК-4 Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	Знать: основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России; основные тенденции; особенности развития связей с общественностью в современной России; основные подходы к использованию инструментов СО; основы вербальных и невербальных коммуникаций; основы построения системы управления общественными отношениями; направления взаимодействия участников общественных коммуникаций; механизмы организации, планирования и	1	Задание с выбором одного верного ответа из четырёх предложенных.	Базовый	1-3
		2	Задание с выбором нескольких вариантов ответа из четырёх предложенных.	Базовый	1-3
		3	Задание на установление соответствия.	Повышенный	3-5
		4	Задание на установление последовательности.	Повышенный	3-5
		5	Задание с выбором одного верного ответа из четырёх предложенных и обоснованием выбора.	Повышенный	3-5
		6	Задание с выбором нескольких вариантов ответа из четырёх предложенных и развёрнутым обоснованием выбора.	Повышенный	3-5

	проведения пиар-компаний, кодексы профессиональных стандартов.	7	Задание с развёрнутым ответом.	Высокий	5-10
	<p>Уметь: разрабатывать пиар-программу для решения вопросов в области государственного регулирования или выхода из кризисной ситуации; составлять прогнозы развития, аналитические записки и отчеты о результатах проведения пиар-компаний; реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями; формулировать требования по разработке элементов пиар-компаний.</p> <p>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.</p>	8	Задание с развёрнутым ответом.	Высокий	5-10

6.2. Методические материалы

6.2.1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное усвоение курса предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

Общие рекомендации: изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию курса.

Методические материалы обеспечивают подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана, включая конкретную учебную дисциплину: «Общественно-политические коммуникации в органах власти».

Результаты подготовки к занятиям проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов, компьютерных презентаций и других форм текущего контроля.

Методические материалы по самостоятельной работе обучающегося включает следующие виды деятельности:

- работа со справочным материалом, предусматривающая проработку справочной и учебной литературы;
- поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, подготовка компьютерной презентации и публичного выступления по заданной проблеме;
- выполнение домашнего задания к занятию;
- выполнение домашней контрольной работы (решение заданий, подготовка творческих заданий);
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку (отдельные темы);
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к контрольной работе;
- подготовка к аттестации.

Для успешного усвоения дисциплины «Общественно-политические коммуникации в органах власти» должен систематически готовиться к практическим занятиям. Для этого необходимо:

- выполнить все задания, рассматриваемые на практических занятиях;
- выполнить все домашние задания, получаемые от преподавателя;
- систематически выполнять задания преподавателя, предлагаемые для выполнения во внеаудиторное время.

Продолжительность подготовки к практическому занятию должна составлять не менее того объема, что определено тематическим планированием в рабочей программе, то есть примерно 2 часа в неделю. Практические занятия по дисциплине «Общественно-политические коммуникации в органах власти» могут проводиться в различных формах:

- устные ответы на вопросы преподавателя;
- письменные ответы на вопросы преподавателя;
- групповое обсуждение той или иной проблемы под руководством и контролем преподавателя;
- заслушивания и обсуждение докладов;
- выполнение контрольных работ;
- подготовка компьютерных презентаций.

Подготовка к практическим занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Для получения более глубоких знаний обучающимся рекомендуется изучать дополнительную литературу (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

6.2.2. Методические рекомендации (учебно-методическое обеспечение) по организации самостоятельной работы обучающихся

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающийся (далее самостоятельная работа обучающийся) – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа обучающийся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Цель самостоятельной работы обучающихся – научить осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию.

Самостоятельная работа обучающихся способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению различных проблем.

Объем самостоятельной работы обучающихся определяется ФГОС и обозначен в данной рабочей программе.

Самостоятельная работа обучающихся является обязательной для каждого обучающегося и определяется учебным планом по направлению. Для успешной организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

- готовность обучающихся к самостоятельной работе по данной дисциплине и высокая мотивация к получению знаний;
- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;
- регулярный контроль качества выполненной самостоятельной работы (проверяет преподаватель во время практических занятий и консультаций, а также с помощью применения электронной почты или образовательной электронной среды);
- консультационная помощь преподавателя (проводится по расписанию, составленному на кафедре и утвержденному заведующим кафедрой).

При изучении каждой дисциплины организация СРС должна представлять единство трех взаимосвязанных форм:

1. внеаудиторная самостоятельная работа;
2. аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя;
3. творческая, в том числе научно-исследовательская работа.

Виды внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся:

- подготовка и написание рефератов, докладов;
- подбор и изучение литературных источников;
- поиск и анализ информации по заданной теме;
- подготовка к участию в научно-практических конференциях с докладами по темам изучаемой дисциплины, смотрах, олимпиадах и др.

Виды аудиторной самостоятельной работы:

- на практических занятиях обучающиеся самостоятельно выполняют, читают и переводят тексты, выполняют тестовые задания и т.д.

Вид творческой самостоятельной работы:

- обучающийся может выбрать тему, связанную с вопросами по дисциплине и подготовить выступление, презентацию на заданную тему;
- обучающийся может выбрать заинтересовавшую его тему и развивать ее в виде доклада или статьи на студенческую конференцию. Все виды активности преподаватель фиксирует в течение семестра и обязательно учитывает при оценке знаний обучающегося по данной дисциплине.

6.2.3. Методические рекомендации освоению лекционного материала по дисциплине для обучающихся

Для качественного освоения лекционного материала учащимся рекомендуется во время лекционного занятия вести конспект лекции. Задавать все возникающие у него вопросы. Дома рекомендуется еще раз перечитать записанную лекцию, осмыслить ее и подготовить список вопросов, касающихся тех аспектов, которые не совсем были ясны.

6.2.4. Методические указания по подготовке к сдаче зачета:

Для успешной подготовки к сдаче зачета рекомендуется еще раз перечитать конспект лекций, просмотреть записи, сделанные на практических занятиях, просмотреть весь материал основных пособий и проделать те задания, которые были пропущены. Помимо этого рекомендуется проработать дополнительные учебные пособия, рекомендуемые к освоению данной программы.

Критерии оценки уровня и степени овладения обучающимся, заявленных в РПД, образовательных результатов

Критерии оценивания тестов

% правильных ответов	Оценка по традиционной системе
90-100	Отлично
75-89	Хорошо
60-74	Удовлетворительно
0-59	Неудовлетворительно

Критерии оценивания по устному опросу

Оценка	Критерии оценки
«отлично»	Выставляется, если обучающийся раскрыл содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложил материал грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины; отвечал самостоятельно без наводящих вопросов преподавателя; успешно ответил на тестовые задания. Возможны одна-две неточности при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, которые обучающийся легко исправил по замечанию преподавателя.
«хорошо»	Выставляется, если ответ обучающегося удовлетворяет в основном требованиям на отметку «отлично», но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна-две неточности при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя.
«удовлетворительно»	Выставляется если неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, имеются ошибки при ответах на тесты, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины.
«неудовлетворительно»	Выставляется в случаях, если не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или неполное понимание обучающимся большей или наиболее важной части учебного

	материала; допущены грубые ошибки при ответах на вопросы собеседования, допущены ошибки в ответах на тесты.
--	---

Критерии оценки докладов-сообщений (по желанию дополнительно)

<i>Оценка</i>	<i>Критерии оценки</i>
«отлично»	Наличие четкого плана доклада. Раскрытие в докладе сути проблемы. Самостоятельность в подборе фактического материала и аналитического отношения к нему. Свободное изложение материала и четкие ответы на поставленные вопросы.
«хорошо»	Умение изложить сжато основные положения доклада. Раскрытие в докладе сути проблемы. Самостоятельность в подборе фактического материала и аналитического отношения к нему. Свободное изложение материала и ответы на поставленные вопросы с несущественными, но быстро исправляемыми докладчиком ошибками.
«удовлетворительно»	Содержательное выступление, но докладчик затрудняется сжато изложить основные положения доклада. Демонстрация обучающимся недостаточно полных знаний по теме доклада, отсутствие аргументации. Не структурированное изложение материала доклада, при ответе на вопросы допускает ошибки.

Критерии оценивания презентации

<i>Создание слайдов</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
Использование дополнительных эффектов Power Point (смена слайдов, звук, графики)	10
Достаточное количество слайдов (не менее 10)	10
Титульный лист с информационным заголовком	5
Заключительный слайд	5
Содержание	
Текст хорошо написан и сформулирован, структурирован, изложение доступное и ясное	10
Информация представлена с научной точки зрения, основана на объективных данных	15
Выводы, обоснованы, базируются на доказательной базе	15
Организация	
Наличие иллюстраций (графики, табл. и т.д.)	10
Слайды представлены в логической последовательности	10
Оформление презентации, дизайн	10
Общие баллы	100
Итоговая оценка	

Форма оценивания:

«отлично»- 80 -100

«хорошо» - 45 -75

«удовлетворительно» - 30 -40

«неудовлетворительно» - менее 30

Критерии оценки по промежуточной аттестации

Критерии оценки по ПРАКТИЧЕСКИМ НАВЫКАМ И УМЕНИЯМ

Оценка	Критерии оценки
«отлично»	<p>Знает: основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России; основные тенденции; особенности развития связей с общественностью в современной России; основные подходы к использованию инструментов СО; основы вербальных и невербальных коммуникаций; основы построения системы управления общественными отношениями; направления взаимодействия участников общественных коммуникаций; механизмы организации, планирования и проведения пиар-компаний, кодексы профессиональных стандартов.</p> <p>Умеет: разрабатывать пиар-программу для решения вопросов в области государственного регулирования или выхода из кризисной ситуации; составлять прогнозы развития, аналитические записки и отчеты о результатах проведения пиар-компаний; реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями; формулировать требования по разработке элементов пиар-компаний.</p> <p>Владеет: 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.</p>
«хорошо»	<p>обучающийся обладает теоретическими знаниями, самостоятельно демонстрирует выполнение практических умений, допуская некоторые неточности (малосущественные ошибки), которые самостоятельно обнаруживает и быстро исправляет;</p>
«удовлетворительно»	<p>обучающийся обладает удовлетворительными теоретическими знаниями, демонстрирует выполнение практических умений, допуская некоторые ошибки, которые может исправить при коррекции их преподавателем;</p>
«неудовлетворительно»	<p>обучающийся не обладает достаточным уровнем теоретических знаний и т.п. и/или не может самостоятельно продемонстрировать практические умения или выполняет их, допуская грубые ошибки.</p>

Критерии и шкалы для интегрированной оценки уровня сформированности компетенций

Индикаторы компетенции	Оценка сформированности компетенций			
	Не сформирована	Сформирована на уровне		
		пороговом	базовом	продвинутом
Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов	Уровень знаний ниже минимальных требований. Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа, обучающегося от ответа	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки либо превышающий программу, без ошибок.
Наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
Наличие владения (Владение опытом, освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач
<i>Мотивация (личностное</i>	<i>Учебная активность и</i>	<i>Учебная активность и</i>	<i>Учебная активность и</i>	<i>Учебная активность и</i>

Индикаторы компетенции	Оценка сформированности компетенций			
	Не сформирована	Сформирована на уровне		
		пороговом	базовом	продвинутом
отношение)	<i>мотивация слабо выражены, готовность решать поставленные задачи качественно отсутствуют</i>	<i>мотивация низкие, слабо выражены, стремление решать задачи качественно</i>	<i>мотивация проявляются на уровне выше среднего, демонстрирует готовность выполнять большинство поставленных задач на высоком уровне качества</i>	<i>мотивация проявляются на высоком уровне, демонстрирует готовность выполнять нестандартные дополнительные задачи на высоком уровне качества</i>
Дескрипторы уровня сформированности компетенций				
Характеристика сформированности компетенций	Компетенция не сформирована. Имеющихся знаний, умений, владений недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, владений в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач.	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, владений и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач.	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям либо превышает стандартные требования. Имеющихся знаний, умений, владений и мотивации в полной мере достаточно для применения творческого подхода к решению сложных практических (профессиональных) задач
Критерии оценивания				
	«2»	«3»	«4»	«5»
	«Не зачтено»	«зачтено»	«зачтено»	«зачтено»
Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов	Не знает	Слабо знает понятия (определения)	Знает основные понятия (определения)	Знает в полном объеме
Наличие умений	Не умеет	Частично умеет	Выполняет в соответствии с требованиями	Умеет обосновать стратегию.... Способен

Индикаторы компетенции	Оценка сформированности компетенций			
	Не сформирована	Сформирована на уровне		
		пороговом	базовом	продвинутом
				обосновать....
Наличие владений (Владение опытом)	Не владеет	Частично владеет	В целом владеет	Свободно владеет
Мотивация (личностное отношение)	Не мотивирован	Низкая учебная активность	Понимает необходимость получения образования	Проявляет активность в получении качественного образования
<p>Оценка выставляется на основании преобладающего количества критериев При наличии критерия, соответствующего «2» общая оценка выставляется «2».</p>				