

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

**УТВЕРЖДАЮ**  
Заведующий кафедрой  
региональной экономики и территориального управления



Рисин И.Е.  
12.05.2022

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
Б1.О.20 Коммуникации органов власти

- 1. Код и наименование направления подготовки:**  
38.03.04 "Государственное и муниципальное управление"
- 2. Профиль подготовки:** «Региональное управление»
- 3. Квалификация выпускника:** бакалавр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра региональной экономики и территориального управления
- 6. Составители программы:** Мишон Е.В., д.э.н., профессор
- 7. Рекомендована:** НМС экономического факультета, протокол №4 от 21.04.2022
- 8. Учебный год:** 2024/2025                      **Семестр(-ы):** 6

## **9. Цели и задачи учебной дисциплины:**

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков, необходимых для обеспечения эффективного взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, в том числе посредством использования современных информационных каналов.

Задачи учебной дисциплины:

– развитие представлений о возможностях современных коммуникаций в формировании общественного мнения по значимым социально-экономическим и политическим вопросам, являющимися объектами принятия управленческих решений органами власти;

– развитие представлений об инструментах управления общественными отношениями, в том числе электронного правительства, и их использовании органами государственной власти для коммуникационного взаимодействия с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации;

– формирование умений разработки и обоснования мер по совершенствованию внутренних и межведомственных коммуникаций, обеспечивающих взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации;

- формирование навыков селективного выбора каналов коммуникационного взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества в решении вопросов, связанных с разработкой планово-программных документов системы территориального планирования;

– развитие навыков организации внутренних и межведомственных коммуникаций, взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

## **10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: блок 1, обязательная часть.**

### **Требования к входным знаниям, умениям и навыкам:**

обучающийся должен знать:

– теоретические основы управления общественными отношениями;

- основные планово-программные документы системы территориального планирования;

обучающийся должен уметь:

– выбирать, систематизировать и ранжировать информацию, являющуюся объектом внимания граждан, коммерческих организаций, институтов гражданского общества, средств массовой информации;

– анализировать информацию, освещающую проблемы территориального планирования;

– критически оценивать социально-экономическую информацию;

обучающийся должен иметь навыки:

– диагностики и анализа проблем социально-экономического развития страны, региона, в том числе территориального планирования;

– самостоятельной, творческой работы.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

- региональная социально-экономическая политика;

- проектное управление в органах власти;

- исследование социально-экономических и политических процессов.

**11. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:**

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор (ы)	Планируемые результаты обучения
ОПК-5	Способен обеспечить рациональное и целевое использование государственных и муниципальных ресурсов, эффективность бюджетных расходов и управления имуществом	ОПК-5.2	Применяет технологии электронного правительства и предоставления государственных (муниципальных) услуг	Знать: – основы коммуникационного взаимодействия; – основные социальные коммуникации; – модели реализации электронного правительства; Уметь: – выбирать источники информации; – обосновывать целесообразность использования рекомендуемого канала/каналов коммуникационного взаимодействия органов власти с общественностью; Владеть навыками: –коммуникационного взаимодействия; – разработки и презентации информационных материалов
ОПК-7	Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	ОПК-7.1	Обеспечивает взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	Знать: – основные организационные формы ПР; – проблемы социально-экономического характера, являющиеся объектом повышенного интереса граждан, коммерческих организаций, институтов гражданского общества, средств массовой информации; Уметь: – осуществлять выбор коммуникаций для информационного сотрудничества, обеспечивающих минимизацию шума при передаче информации о деятельности органов власти; – обосновывать выбор коммуникации на основании выполненного расчета эффекта от ее использования; Владеть навыками: – разработки коммуникационных действий, обеспечивающих положительное восприятие информации о деятельности правительства и органов власти гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации;

				- обоснования целесообразности реализации рекомендуемых мер коммуникационного взаимодействия.
		ОПК-7.2	Осуществляет выбор каналов коммуникаций, обеспечивающих взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества в решении вопросов, связанных с разработкой планово-программных документов системы территориального планирования	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные каналы передачи информации;</li> <li>- этапы коммуникационного процесса;</li> <li>- элементы коммуникационного процесса;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять каналы информационного взаимодействия, обеспечивающие позитивное восприятие принимаемых решений, рекомендуемых мер и проводимых мероприятий органами власти;</li> <li>- разрабатывать информационное сообщение, способствующее принятию, одобрению и поддержке гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации деятельности органов власти;</li> </ul> <p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использования социальных сетей для позиционирования информации о деятельности органов власти;</li> <li>-- работы с фактологическим материалом.</li> </ul>

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. – 3/108**

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**13. Трудоемкость по видам учебной работы**

Вид учебной работы		Трудоемкость			
		Всего	По семестрам		
			6	...	...
Аудиторные занятия		50	50		
в том числе:	лекции	16	16		
	практические	34	34		
	лабораторные				
Самостоятельная работа		58	58		
в том числе: курсовая работа (проект)					
Форма промежуточной аттестации (зачет)					
Итого:		108	108		

### 13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУК
<b>1. Лекции</b>			
1.1	Теоретические основы коммуникационного взаимодействия органов власти и общественности	Сущность и функции коммуникационного взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества. Предмет, структура, основные функции общественных отношений. Структура ПР-деятельности (логика, механизм реализации, организация коммуникационного взаимодействия, оценка эффективности коммуникационного взаимодействия).	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
1.2	Механизм восприятия информации	Элементы механизма восприятия информации и их характеристика. Учет специфики аудитории в работе органов власти	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
1.3	Общественное мнение как структурный элемент управления общественными отношениями	Структура, характеристики, функции и отличительные особенности общественного мнения	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
1.4	Функции и задачи средств массовой коммуникации	Состав СМК. Выбор каналов коммуникационного взаимодействия. Модели реализации электронного правительства. Современная практика реализации моделей электронного правительства	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
1.5	Управление общественными отношениями в политике	История, мировой опыт применения ПР. Методы ПР в политике. Их характеристика и варианты использования. Алгоритм разработки избирательной кампании.	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
1.6	Использование ПР-технологий органами государственной власти в кризисных ситуациях	Ситуации, в которых используются технологии ПР -кризисного управления. Мировой опыт применения.	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
1.7	Лоббирование	Сущность и инструменты реализации. Лоббирование корпоративных интересов.	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
1.8	Имидж как коммуникационная структура органа власти	История деятельности по разработке имиджа. Современная практика использования имиджа как коммуникации. Достоинства и недостатки имиджевых разработок и акций	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
<b>2. Практические занятия</b>			
2.1	Теоретические основы коммуникационного взаимодействия органов власти и общественности	Основные формы ПР-деятельности (Государственная пресс-служба, ее структура. Пресс-служба Президента РФ, Управление Президента РФ по связям с общественностью. Пресс-служба Государственной Думы РФ, Специализированная ПР-фирма).	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>

2.2	Механизм восприятия информации	Структура коммуникативного акта (информационный, интерактивный и операционный элементы).	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
2.3	Общественное мнение как структурный элемент управления общественными отношениями	Целевые аудитории и работа с ними для формирования общественного мнения.	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
2.4	Функции и задачи средств массовой коммуникации	Слухи: особенности, факторы интенсивности воздействия. Информационные потоки, сегментирование, сотрудничество, новостные материалы. Опасность тизерных сетей и кликбейтов в информации о деятельности органов власти.	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
2.5	Управление общественными отношениями в политике	Организация и проведение избирательной кампании. Оценка организации избирательной кампании. Расчет эффективности мероприятий избирательной кампании.	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
2.6	Использование PR-технологий органами государственной власти в кризисных ситуациях	Типы кризисных ситуаций, в которых используются PR-технологии. Стили общения и стили разрешения конфликтов –источников кризисных процессов или явлений. Коммуникационное взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества в кризисных ситуациях. Роль СМИ в разрешении кризисных ситуаций	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
2.7	Лоббирование	Современные методы лоббирования. Взаимоотношения правительства и СМИ при освещении фактов лоббирования.	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
2.8	Имидж как коммуникационная структура органа власти	Алгоритм построения имиджа. Этапы и их значение для формирования заданного образа органа власти.	Коммуникации органов власти. – <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (количество часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Теоретические основы коммуникационного взаимодействия органов власти и общественности	2	4		6	12
2	Механизм восприятия информации	1	4		6	11
3	Общественное мнение как структурный элемент управления общественными отношениями	3	4		8	15
4	Функции и задачи средств массовой коммуникации	2	3		7	12

5	Управление общественными отношениями в политике	2	6		8	16
6	Использование PR-технологий органами государственной власти в кризисных ситуациях	2	4		7	13
7	Лоббирование	1	3		7	11
8	Имидж как коммуникационная структура органа власти	3	6		9	18
	Итого:	16	34	-	58	108

#### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для достижения цели преподавания дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, практические занятия, проектные задания.

##### Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции.

Лекция – систематическое, последовательное, чаще монологическое изложение преподавателем учебного материала.

В процессе лекций обучающимся рекомендуется вести конспект для использования полученного материала при подготовке к практическим занятиям и выполнения заданий для самостоятельной работы. Для более полного освоения материалов учебной дисциплины обучающимся рекомендуется дополнить лекционный материал посредством самостоятельной работы с литературой.

Следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации.

В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме занятия.

##### Методические указания для обучающихся при работе на практическом занятии.

Практические занятия реализуются в соответствии с учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к практическим занятиям обучающимся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем и предусмотренной настоящей рабочей программой, а также обращаться к публикациям в периодических научных изданиях.

Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие.

В связи с тем, что активность обучающегося на практических занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, то подготовка к таким занятиям требует ответственного отношения.

##### Методические рекомендации по выполнению индивидуального проектного задания

В период освоения дисциплины обучающийся выполняет два индивидуальных проектных задания. Базу анализа представляют процессы, явления, факты, отражающие деятельность органов власти и являющиеся объектом внимания граждан, коммерческих организаций, институтов гражданского общества, средств массовой информации. Предметом анализа является практика использования современных коммуникаций для позиционирования деятельности органов власти. Информационная база анализа включает программные документы органов власти

субъектов РФ, определяющие цели, направления, задачи и инструменты государственного управления, научные публикации, содержащие теоретические и прикладные аспекты использования коммуникаций органами власти.

Индивидуальное проектное задание должно включать следующие структурные элементы: титульный лист, содержание, список использованных источников.

Объем проекта не лимитирован.

## 15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

### а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Булатова С. Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / С. Н. Булатова. – Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), 2012. – 80 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=227790">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=227790</a>
2	Деловое общение: учебное пособие: / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. – 7-е изд., пересм. – М.: Дашков и К°, 2018. – 524 с. – (Учебные издания для бакалавров). – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496102">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496102</a>
3	Емельянова Е. А. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е. А. Емельянова; Томский Государственный университет систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР). – Томск: Эль Контент, 2014. – 122 с.: табл., ил. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=480463">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=480463</a>
4	Ильченко С.В. Деловые и научные коммуникации: учебное пособие: [12+] / С.В. Ильченко, Е.Я. Кивит, А.Б. Оришев; Институт бизнеса и дизайна. – М.: ООО “Сам Полиграфист”, 2014. – 146 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=488283">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=488283</a>
5	Милюкова, А.Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие / А.Г. Милюкова; Алтайский государственный университет. – Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. – 196 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=610849">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=610849</a>
6	Мишон Е.В. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.В. Мишон. - Воронеж: Воронежский государственный университет, 2015. - <URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-85.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-85.pdf</a> >.
7	Новикова Т.А. Технологии делового общения: синтаксис: / Т.А. Новикова. – М.: ФЛИНТА, 2019. – 241 с.: ил., табл. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=603118">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=603118</a>
8	Шайхисламов Р.Б. Связи с общественностью: управление социокультурными коммуникациями / Р. Б. Шайхисламов; Уфимский государственный университет экономики и сервиса (УГУЭС). – Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2013. – 139 с.: табл., схем. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=445141">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=445141</a>

### б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
9	Горфинкель, В. Я. Коммуникации и корпоративное управление: учебное пособие / В. Я. Горфинкель, В. С. Торопцов, В. А. Швандар. – М.: Юнити, 2015. – 129 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119552">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119552</a>
10	Мишина, Л. А. Связи с общественностью: шпаргалка: / Л. А. Мишина; Научная книга. – 2-е изд. – Саратов: Научная книга, 2020. – 32 с.: табл. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=578510">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=578510</a>
11	Науменко Е.А. Деловые коммуникации: хрестоматия: / Е.А. Науменко; Тюменский государственный университет. – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2016. – 281 с.: ил. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=567456">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=567456</a>
12	Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – М.: Дашков и К°, 2018. – 486 с.: ил – (Учебные издания для бакалавров). – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=112200">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=112200</a>

**в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет):**

№ п/п	Ресурс
1	<a href="https://edu.vsu.ru/">https://edu.vsu.ru/</a> — образовательный портал «Электронный университет ВГУ»/LMS Moodle
2	<a href="http://president.kremlin.ru">http://president.kremlin.ru</a> – официальный портал Администрации Президента Российской Федерации
3	<a href="http://www.duma.gov.ru">www.duma.gov.ru</a> - Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации
4	<a href="http://www.council.gov.ru">www.council.gov.ru</a> - Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации
5	<a href="http://www.government.gov.ru">www.government.gov.ru</a> - Правительство Российской Федерации
6	<a href="http://www.economy.gov.ru">www.economy.gov.ru</a> - Министерство экономического развития Российской Федерации
7	<a href="http://www.budgetrf.ru">www.budgetrf.ru</a> – портал «Новости России. Бюджет РФ.»

**16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы**

№ п/п	Источник
1	Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс: / М.А. Лукашенко, В.С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – М.: Университет Синергия, 2021. – 216 с.: ил., табл. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=613829">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=613829</a>
2	Герасимова Г.И. Научно-исследовательская работа в связях с общественностью: учебное пособие: / Г.И. Герасимова; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2020. – 85 с.: ил., табл. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=610847">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=610847</a>
3	Звягинцева О. С. Технологии деловых и научных коммуникаций: учебное пособие / О.С. Звягинцева, Д.С. Кенина, О.Н. Бабкина; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2019. – 116 с.: ил. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=614098">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=614098</a>
4	Хаззагеров Г.Г. Риторика для делового человека: учебное пособие / Г.Г. Хаззагеров, Е. Е. Корнилова. – 5-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2018. – 135 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=70389">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=70389</a>
5	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К°, 2016. – 334 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453930">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453930</a>

**17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):**

При реализации дисциплины проводятся обзорные лекции, проблемные и дискуссионные семинарские занятия, выполняется индивидуальное проектное задание. Проверка индивидуального проектного задания может осуществляться с использованием дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

**18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

Учебная аудитория: специализированная мебель, ноутбук, проектор, экран для проектора настенный, WHDMI-приемник; помещение для самостоятельной работы: специализированная мебель, компьютеры; программное обеспечение общего назначения Microsoft Office.

**19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций**

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Теоретические основы коммуникационного взаимодействия органов власти и ответственности	ОПК-5	ОПК-5.2	Проектное задание 1
2	Механизм восприятия информации	ОПК-5	ОПК-5.2	Проектное задание 1
3	Общественное мнение как структурный элемент управления общественными отношениями	ОПК-5, ОПК-7	ОПК-5.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Проектное задание 1 Проектное задание 2
4	Функции и задачи средств массовой коммуникации	ОПК-7		Проектное задание 1 Проектное задание 2
5	Управление общественными отношениями в политике	ОПК-5 ОПК-7	ОПК-5.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Проектное задание 1 Проектное задание 2
6	Использование PR-технологий органами государственной власти в кризисных ситуациях	ОПК-5 ОПК-7	ОПК-5.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Проектное задание 1
7	Лоббирование	ОПК-5	ОПК-5.2	Проектное задание 1
8	Имидж как коммуникационная структура органа власти	ОПК-7	ОПК-7.1 ОПК-7.2	Проектное задание 2
Промежуточная аттестация форма контроля – экзамен				Перечень вопросов Презентация результатов индивидуального проектного задания

## 20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

### 20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

#### Индивидуальное проектное задание

##### Проектное задание 1

Задание: разработать план проведения избирательной кампании (с подробным описанием и обоснованием каждого этапа алгоритма построения) кандидата в Городскую думу, имеющего опыт работы в предыдущем созыве и располагающего значительным административным ресурсом.

Разработать аналогичный план для конкурента – активиста экологического движения.

Описать технологию реализации предлагаемых планов.

Выполнение проектного задания 1 предусматривает:

– формирование обучающимся информационной базы исследования, включающей: нормативные документы, регламентирующие организацию избира-

тельной кампании; позитивные и негативные примеры проведения избирательных кампаний с привлечением административного и иных ресурсов: известные планы мероприятий по проведению избирательных кампаний.

- анализ обучающимся практик проведения избирательных кампаний;
- выявление обучающимся недостатков современной практики проведения избирательных кампаний, препятствующих эффективному взаимодействию органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации;
- определение обучающимся мер (акций), обеспечивающих взаимодействие с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.
- формирование навыков аудио и видео-презентации информационного материала.

Критерии оценки качества выполнения индивидуального проектного задания 1:

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценок
Обучающимся выявлены и содержательно раскрыты недостатки современной практики разработки и проведения избирательной кампании, предложен вариант, включающий обоснованные меры, призванные обеспечить устранение существующих недостатков и усовершенствовать процедуру избирательной кампании за счет выбора каналов взаимодействия.	Зачтено
Обучающийся допускает грубые ошибки при определении и содержательной интерпретации этапов алгоритма; не умеет обосновывать меры, оптимизирующие взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	Не зачтено

## Проектное задание 2

Задание: разработать позитивный корпоративный имидж местного органа власти или индивидуальный имидж сотрудника (по выбору) с подробным описанием этапов алгоритма создания имиджа, обоснованием необходимости и целесообразности каждого этапа, акцентируя внимание на этапе, который, по мнению разработчика, является особо значимым, и презентацией авторского варианта.

Выполнение проектного задания 2 предусматривает:

- формирование обучающимся информационной базы исследования, включающей: научные публикации, содержащие теоретические положения по разработке и продвижению имиджа, материалы и рекомендации по практическим аспектам внедрения имиджа;
- развитие обучающимся навыков анализа сильных и слабых сторон имиджмейкинга в отечественной практике;
- постановку обучающимся задач разработки имиджа органа власти (корпоративного или индивидуального) и его использования в целях совершенствования коммуникационного взаимодействия с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации;
- разработку обучающимся мер имиджевого взаимодействия, обеспечивающих позитивное восприятие деятельности органов власти или их сотрудников

гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации;

- формирование навыков презентации информационного материала.

Требования к выполнению заданий (или шкалы и критерии оценивания)

Критерии оценки качества выполнения индивидуального проектного задания 2:

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценок
Обучающимся выявлены и содержательно раскрыты позитивные и негативные тенденции при разработке имиджа (корпоративного или индивидуального), на основе анализа предложен вариант, включающий подробное пошаговое описание, рекомендуемые меры отвечают требованиям ресурсосбережения и обеспечивают позитивное восприятие гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	Зачтено
Обучающийся допускает грубые ошибки при определении и содержательной интерпретации этапов алгоритма; не умеет обосновывать меры, призванные обеспечить коммуникационное взаимодействие.	Не зачтено

## 20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

- перечень вопросов к зачету;
- результаты индивидуального проектного задания.

Описание технологии проведения.

Перечень вопросов и результаты выполнения проектных заданий

### Перечень вопросов к зачету

1. Сущность связей с общественностью в органах власти.
2. Структура ПР-деятельности.
3. Понятие «коммуникация». Виды коммуникаций. Эффективность коммуникационного взаимодействия.
4. Коммуникационный процесс. Элементы и этапы коммуникационного процесса
5. Алгоритм проведения избирательной кампании.
6. Алгоритм построения имиджа.
7. Разработка имиджа государственного служащего. Основные проблемы.
8. Имидж органа власти как информационная структура.
9. Направления деятельности ПР-служб в органах государственного и муниципального управления.
10. Основные организационные формы ПР (Государственная пресс-служба, ее структура. Пресс-служба Президента РФ, Управление Президента РФ по связям с общественностью, Пресс-служба Государственной Думы РФ, Специализированная ПР-фирма).

Для оценивания ответов на вопросы на зачете используется 2-балльная шкала: «зачтено» и «не зачтено».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценок
Обучающийся владеет понятийным аппаратом данной области науки; способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований; умеет связывать теорию с практикой и предлагает варианты решения проблемных вопросов.	зачтено
Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, слабо владеет теорией организации публичных слушаний и практикой проведения информационных мероприятий.	Не зачтено

Вторым этапом зачета является презентация проектных заданий. Каждое из заданий должно быть оценено как «зачтено».

Итоговая оценка за зачет определяется как результат двух этапов.