


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.  
18.04.2024

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
Б1.О.05 Коммуникации органов власти

- 1. Код и наименование направления подготовки:**  
38.04.04 "Государственное и муниципальное управление"
- 2. Профиль подготовки:**  
«Управление социально-экономическим развитием территории»
- 3. Квалификация выпускника:** магистр
- 4. Форма обучения:** заочная
- 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 №3 от 21.03.2024 г.
- 8. Учебный год:** 2025/2026 **Триместр(-ы):** 4, 5

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

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков, необходимых для анализа сложных социально-экономических процессов, участником которых является государство, и позиционирования его действий, обеспечивающего принятие, понимание и поддержку принимаемых государственных решений.

Задачи учебной дисциплины:

- развитие представлений о возможностях современных коммуникаций в формировании общественного мнения по значимым социально-экономическим и политическим вопросам;
- развитие представлений об инструментах управления общественными отношениями и их использовании органами государственной власти для противодействия коррупционному поведению;
- формирование умений разработки мер по совершенствованию внутренних и межведомственных коммуникаций, обеспечивающих взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации;
- 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 методы исследования социально-экономических и политических систем;
- тенденции современного развития общества;

обучающийся должен уметь:

- выбирать, систематизировать и ранжировать информацию, являющуюся объектом внимания граждан, коммерческих организаций, институтов гражданского общества, средств массовой информации;
  - анализировать актуальную социально-экономическую и политическую информацию;
  - критически оценивать социально-экономическую и политическую информацию;
- обучающийся должен иметь навыки:
- диагностики и анализа проблем социально-экономического развития страны, региона;
  - самостоятельной, творческой работы.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

- экономика общественного сектора;
- государственно-частное партнерство;
- проектное управление в органах власти.

## **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-1	Способен обеспечивать соблюдение норм служебной этики и антикоррупционную направленность в деятельности органа власти	ОПК-1.2	Определяет факты коррупционного поведения и содействует его пресечению	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– возможности современных коммуникаций в формировании общественного мнения по отношению к коррупционным действиям;</li> <li>– структуру коммуникационного акта;</li> <li>– структуру ПР-деятельности (логика, механизм, организация, оценка);</li> <li>– алгоритм проведения избирательной кампании.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать ситуацию с позиции возможных коррупционных действий и их предотвращения;</li> <li>– разрабатывать акции для проведения избирательной кампании, определять и предотвращать возможные поведенческие действия коррупционного характера.</li> </ul> <p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– оценки эффективности коммуникационного взаимодействия;</li> <li>– поиска источников информации, содержащих сведения о коррупционном поведении;</li> <li>– разработки этапов избирательной кампании и определения необходимого ресурсного обеспечения.</li> </ul>
ОПК-8	Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами	ОПК-8.1	Осуществляет выбор каналов коммуникаций, обеспечивающих взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	<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 населением принимаемых органами власти решений, рекомендуемых ими мер и проводимых мероприятий;</li> </ul>

	<p>массовой информации</p>	<p>ОПК-8.2</p>	<p>Определяет эффективные методы взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации</p>	<p>– формировать информационное сообщение, способствующее принятию, одобрению и поддержке гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации действий органов власти.</p> <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> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные организационные формы ПР;</li> <li>– проблемы социально-экономического характера, являющиеся объектом повышенного интереса граждан, коммерческих организаций, институтов гражданского общества, средств массовой информации.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять выбор коммуникаций для информационного сотрудничества, обеспечивающих минимизацию шума при передаче информации о деятельности органов власти;</li> <li>– обосновывать выбор коммуникации и рассчитывать эффект от ее использования.</li> </ul> <p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разработки мер, обеспечивающих положительное восприятие гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, СМИ информации о деятельности государственных органов.</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– информационные барьеры;</li> <li>– межличностные барьеры общения;</li> <li>– правила эффективного взаимодействия.</li> </ul> <p>Уметь:</p>
		<p>ОПК-8.3</p>	<p>Выявляет преграды, возникающие в процессе внутренних и межведомственных коммуникаций с</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– информационные барьеры;</li> <li>– межличностные барьеры общения;</li> <li>– правила эффективного взаимодействия.</li> </ul> <p>Уметь:</p>

		ОПК-8.4	<p>участием органов власти</p> <p>Разрабатывает меры по совершенствованию внутренних и межведомственных коммуникаций, обеспечивающих взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации</p>	<p>– позиционировать информацию о деятельности органов власти для различных целевых аудиторий (граждан, коммерческих организаций, институтов гражданского общества, средств массовой информации);</p> <p>– выбирать форму подачи информации о деятельности органов власти с учетом целевой аудитории.</p> <p>Владеть:</p> <p>– вербальными и невербальными способами коммуникационного взаимодействия;</p> <p>– навыками эмпатии.</p> <p>Знать:</p> <p>– алгоритм формирования имиджа государственного органа;</p> <p>– основы разработки индивидуального имиджа сотрудника государственного органа.</p> <p>Уметь:</p> <p>– разрабатывать планы проведения информационных мероприятий, обеспечивающих позитивное восприятие деятельности властных структур гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации;</p> <p>– разрабатывать информационные документы.</p> <p>Владеть навыками:</p> <p>– устной, письменной, визуальной презентации информации о деятельности органов власти;</p> <p>– организации коммуникации, обеспечивающей максимальную адекватность информации о деятельности органов власти;</p> <p>– организации публичных мероприятий (акций), информирующих о деятельности органов власти различные целевые аудитории (граждане, коммерческие организации, институты гражданского общества,</p>
--	--	---------	---	--

				средства массовой информации).
--	--	--	--	--------------------------------

## 12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. – 4/144

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

## 13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По триместрам		
		4 триместр	5 триместр	...
Аудиторные занятия	12	10	2	
в том числе:	лекции	6	6	-
	практические	6	4	2
	лабораторные	-	-	-
Самостоятельная работа	123	62	61	
в том числе: курсовая работа (проект)	-	-	-	
Форма промежуточной аттестации (экзамен – 9 час.)	9	-	9	
Итого:	144	72	72	

### 13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУК
1. Лекции			
1.1	Связи с общественностью в органах власти	Сущность и функции связей с общественностью. Предмет, структура, основные функции общественных отношений. Структура ПР-деятельности (логика, механизм реализации, организация коммуникационного взаимодействия, оценка эффективности коммуникационного взаимодействия). Государственная пресс-служба, ее структура. Пресс-служба Президента РФ, Управление Президента РФ по связям с общественностью. Пресс-служба Государственной	Коммуникации органов власти. – URL: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>

		Думы РФ, специализированная ПР-фирма. Алгоритм проведения избирательной кампании.	
1.2	Общественное мнение как структурный элемент управления общественными отношениями	Структура, характеристики, функции и отличительные особенности общественного мнения. Информационные потоки, сегментирование, сотрудничество, новостные материалы.	Коммуникации органов власти. – URL: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
1.3	Имидж как коммуникационная структура органа власти	Алгоритм построения корпоративного имиджа органа власти. Разработка имиджа сотрудника органа власти.	Коммуникации органов власти. – URL: <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	Связи с общественностью в органах власти	Элементы механизма восприятия информации и их характеристика. Учет специфики аудитории в работе органов власти. Понятие «коммуникация». Виды коммуникаций. Эффективные и неэффективные коммуникации. Коммуникационный процесс. Элементы коммуникационного процесса. Структура коммуникативного акта (информационный, интерактивный и операционный элементы).	Коммуникации органов власти. – URL: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
2.2	Общественное мнение как структурный элемент управления общественными отношениями	Методы ПР, используемые для формирования общественного мнения. Их характеристика и варианты использования.	Коммуникации органов власти. – URL: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>
2.3	Имидж как коммуникационная	Корпоративный и индивидуальный имидж органа власти.	Коммуникации органов власти. – URL: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=21121</a>

	структура органа власти		
--	-------------------------	--	--

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

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (количество часов)				Всего
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	
1	Связи с общественностью в органах власти	2	2	–	35	39
2	Общественное мнение как структурный элемент управления общественными отношениями	2	2	–	35	39
3	Имидж как коммуникационная структура органа власти	2	2	–	53	57
	Итого:	6	6	–	123	135

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

Для достижения цели преподавания дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, практические занятия в команде, в т.ч. вне аудитории, 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 индивидуальных проектных заданий

В период освоения дисциплины обучающийся выполняет два индивидуальных проектных задания. Базу анализа составляют 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, информацию по проблеме, размещенную в социальных сетях (в том числе блогах, тизерных сетях).

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 : [16+] / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. – 7-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 524 с. – 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. – Москва : 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 : [16+] / Т. А. Новикова. – Москва : 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. – Москва : 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 : [16+] / 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 : [16+] / 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. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. : ил. – 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.»
8	<a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a> - Министерство финансов Российской Федерации

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

№ п/п	Источник
1	Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : 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 : [16+] / 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 : [16+] / 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	Хазагеров Г.Г. Риторика для делового человека : учебное пособие / Г. Г. Хазагеров, Е. Е. Корнилова. – 5-е изд., стер. – Москва : 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. –

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

Дисциплина реализуется с элементами электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в рамках электронного курса (ЭК) «Региональная социально-экономическая политика», размещенного на портале «Электронный университет ВГУ» (<https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7201>). ЭК включает учебные материалы для самостоятельной работы обучающихся, а также обеспечивает возможность проведения контактных часов/аудиторных занятий в режиме онлайн.

## **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, браузеры Google Chrome, Firefox.

## **19. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

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.	Связи с общественностью в органах власти	ОПК-1 ОПК-8	ОПК-1.2 ОПК-8.1, ОПК-8.2, ОПК-8.3	Проектное задание 1
2.	Общественное мнение как структурный элемент управления общественными отношениями	ОПК-1 ОПК-8	ОПК-1.2 ОПК-8.1, ОПК-8.2, ОПК-8.3, ОПК-8.4	Проектное задание 1, Проектное задание 2
3.	Имидж как коммуникационная структура органа власти	ОПК-8	ОПК-8.1, ОПК-8.2, ОПК-8.3, ОПК-8.4	Проектное задание 2
Промежуточная аттестация форма контроля – экзамен				Перечень вопросов к экзамену Презентация результатов командного задания на основе индивидуальных проектных заданий участников команды

## **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:

### Индивидуальные проектные задания

#### Проектное задание 1

Задание: согласно действующему алгоритму, разработать план проведения избирательной кампании (с подробным описанием и финансовым обоснованием всех этапов) 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.

Выявить и обосновать этапы, на которых возможны коррупционные действия. Предложить меры, устраняющие или предупреждающие коррупционные действия.

Выполнение проектного задания 1 предусматривает:

- формирование обучающимся информационной базы исследования, включающей: позитивные и негативные примеры проведения избирательных кампаний с привлечением административного и других ресурсов; известные и доступные планы мероприятий по проведению избирательных кампаний; нормативные документы, регламентирующие их организацию;
- анализ обучающимся практик проведения избирательных кампаний;
- выявление и характеристику обучающимся недостатков современной практики проведения избирательных кампаний, влекущих коррупционные действия;
- предложение мер (акций), обеспечивающих минимизацию коррупционных действий потенциального кандидата;
- формирование навыков 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, расходования ресурсов, следствием которых являются коррупционные действия, предложен вариант, включающий обоснованные меры, в т.ч. финансовые, призванные обеспечить устранение существующих недостатков и усовершенствовать процедуру избирательной кампании за счет минимизации коррупционных действий.	Отлично
Обучающимся выявлены и содержательно раскрыты недостатки современной практики разработки и проведения избирательной кампании, расходования ресурсов, предложен стандартный вариант разработки избирательной кампании за счет минимизации коррупционных действий без углубленного финансового обоснования.	Хорошо

Обучающимся не в полной мере раскрыта современная практика разработки и проведения избирательной кампании, расходования ресурсов, предложен вариант проведения избирательной кампании без обоснования целесообразности каждого из этапов, рекомендуемые меры слабо увязаны с реальной практикой проведения избирательной кампании	Удовлетворительно
Обучающийся допускает грубые ошибки при определении и содержательной интерпретации этапов алгоритма разработки и проведения избирательной кампании, не умеет обосновывать меры, способствующие минимизации коррупционных действий.	Неудовлетворительно

## Проектное задание 2

**Задание:** разработать позитивный корпоративный имидж местного органа власти или индивидуальный имидж сотрудника органа власти (по выбору) с подробным описанием этапов алгоритма создания имиджа, обоснованием необходимости и целесообразности каждого этапа 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;
- 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.

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 и обоснованный акцент на этапе, наиболее значимом для выбранного объекта имиджа; рекомендуемые меры отвечают требованиям ресурсосбережения и обеспечивают позитивное восприятие гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	Отлично

Обучающимся выявлены позитивные и негативные тенденции при разработке имиджа (корпоративного или индивидуального); предложен стандартный вариант разработки имиджа; рекомендуемые меры отвечают требованиям ресурсосбережения и обеспечивают позитивное восприятие гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	Хорошо
Обучающимся не в полной мере раскрыты позитивные и негативные тенденции при разработке имиджа (корпоративного или индивидуального); предложен вариант, включающий пошаговое описание; рекомендуемые меры слабо коррелируют с практикой разработки имиджа.	Удовлетворительно
Обучающийся допускает грубые ошибки при определении и содержательной интерпретации этапов алгоритма построения имиджа; не умеет обосновывать меры, призванные обеспечить коммуникационное взаимодействие.	Неудовлетворительно

## 20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

– перечень вопросов к экзамену;

– тесты.

Описание технологии проведения.

Первым этапом экзамена является подготовка обучающимся письменных ответов на вопросы экзаменационного билета с последующим их обсуждением.

Обучающийся получает билет, содержащий два вопроса из приведенного перечня, и готовит письменный ответ на них.

### Перечень вопросов к экзамену

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 в органах власти

Для оценивания ответов на вопросы на экзамене используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение использовать методы презентации (вербальный, невербальный) материала;

4) навыки подачи информации.

Для оценивания ответов на вопросы на экзамене используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки; способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований; умеет связывать теорию с практикой и иллюстрировать ответ примерами; обоснованно использует приобретенные умения и навыки позиционирования и презентации информации.	Отлично
Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки; способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований; умеет связывать теорию с практикой. Недостаточно продемонстрированы умения и навыки подачи информации.	Хорошо
Обучающийся демонстрирует частичные знания понятийного аппарата; не всегда способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований. Продемонстрировано слабое использование при ответе умений и навыков подачи информации, устраняющих барьеры межличностного общения.	Удовлетворительно
Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки.	Неудовлетворительно

Вторым этапом экзамена является тестирование.

Описание технологии проведения.

Обучающийся получает 10 тестовых заданий (5 заданий закрытого типа и 5 заданий открытого типа), позволяющих оценить уровень достижения планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций).

## Тестовые задания

### Перечень заданий

а) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Коррупционная составляющая прослеживается в таком виде имиджа, как:

**- материальный**

- габитарный

- априорный

- вербальный

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Вербальный имидж:

**- позволяет организовать эффективную коммуникацию с конкретной целевой аудиторией**

- позволяет в первую очередь получить голоса избирателей

- определяет позицию говорящего

- используется демонстрации владения ораторского искусства

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Для определения фактов коррупционного поведения целесообразно обратить внимание на такие виды имиджа, как:

**- материальный и вербальный**

- габитарный и априорный

- априорный

- вербальный



- габитарный

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Для определения фактов коррупционного поведения следует помнить, что материальный имидж:

**- имидж и реальная действительность могут существенно различаться**

- прямо свидетельствует о коррупционных действиях
- не всегда свидетельство коррупционных действий
- следует рассмотреть материальный имидж и априорный и на этом основании делать выводы

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Выявляя факты коррупционных действий, следует учитывать, что применительно к сотрудникам органов государственной власти действует:

**- априорный имидж**

- отрицательное общественное мнение
- обширная доказательная база
- статистические данные, свидетельствующие в пользу коррупции

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Для эффективного взаимодействия представителя органа власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации важно:

**- владеть навыками коммуникационного общения**

- оперативно реагировать на события
- уверенно и спокойно преподносить информацию
- быть лидером мнения

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Для обеспечения взаимодействия органов власти с гражданами наиболее важно:

**- совершенствовать межличностные коммуникации**

- регулярно проводить оперативные приемы
- больше внимания уделять текущим приемам
- проводить неформальные мероприятия

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Укажите наименее распространенную и наиболее дорогостоящую форму подачи новостного материала:

**- пресс-тур**

- пресс-конференция
- презентация
- конференция

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Механизм управления информацией состоит из:

**- 4-х элементов**

- количество элементов зависит от сложности поставленной задачи
- произвольного числа элементов
- количество элементов не имеет значения

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Прямое управление СМИ– это:

**- следование законам, регулирующим информационную деятельность**

- использование штрафных мер и санкций
- оперативное применение административных мер
- сочетание поощрительных мер и штрафных санкций

**б) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):**

ЗАДАНИЕ 1.

Для определения коррупционного поведения следует в первую очередь обратить внимание на ... имидж носителя.

Ответ должен состоять из одного прилагательного в единственном числе.

**Ответ: материальный**

ЗАДАНИЕ 2.



На общественное мнение по фактам коррупции в государственных структурах оказывает влияние ... имидж.

Ответ должен состоять из одного прилагательного в единственном числе.

**Ответ: априорный**

ЗАДАНИЕ 3.

Чтобы избежать коррупционных действий в органах власти при разработке имиджа, следует особое внимание уделить первому шагу (этапу), т.е. разработке ...

Ответ должен состоять из одного существительного в единственном числе.

**Ответ: философии**

ЗАДАНИЕ 4.

Для понимания коррупционной ориентации целесообразно поинтересоваться, какое место в имидже субъекта занимает элемент «окружение»: кто входит в число ... и друзей.

Ответ должен состоять из одного существительного во множественном числе.

**Ответ: врагов**

ЗАДАНИЕ 5.

Для понимания коррупционного поведения могут быть полезны элементы алгоритма построения имиджа: философия, легенда/миф, образ дома, образ субъекта, ..., акции.

Ответ должен состоять из одного существительного в единственном числе.

**Ответ: окружение**

ЗАДАНИЕ 6.

Для ознакомления общественности и профилактики коррупционного поведения важно использовать СМИ для проведения такого информационного мероприятия, как ...

Ответ должен состоять из одного существительного в единственном числе.

**Ответ: пресс-конференция**

ЗАДАНИЕ 7.

Для демонстрации выявления и пресечения коррупционного поведения и оперативного оповещения СМИ целесообразно использовать такую форму подачи новостного материала, как ....

Ответ должен состоять из одного существительного в единственном числе

**Ответ: брифинг**

ЗАДАНИЕ 8.

В повседневной работе для осуществления взаимодействия следует учитывать не только формальную, но и ... коммуникацию.

Ответ должен состоять из одного прилагательного в единственном числе.

**Ответ: неформальную**

ЗАДАНИЕ 9.

При проведении информационного мероприятия организационная работа включает такие виды работ, как ... и размещение участников, проведение мероприятия.

Ответ должен состоять из одного существительного в единственном числе.

**Ответ: встреча**

ЗАДАНИЕ 10.

Для эффективного и оперативного ознакомления с информацией на пресс-конференции существует президиум, в состав которого входят: ньюсмейкер, ..., эксперт.

Ответ должен состоять из одного существительного в единственном числе.

**Ответ: ведущий/модератор**

Требования к выполнению заданий (или шкалы и критерии оценивания)

Критерии оценки качества выполнения заданий

Обучающийся получает 10 тестовых заданий (5 заданий закрытого типа и 5 заданий открытого типа). Каждое выполненное задание закрытого типа оценивается в один балл. Каждое задание открытого типа оценивается в два балла.

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценок
Обучающийся набрал более 12 баллов	Отлично
Обучающийся набрал 11-12 баллов	Хорошо
Обучающийся набрал 9-10 баллов	Удовлетворительно
Обучающийся набрал менее 9 баллов	Неудовлетворительно

Тестовые задания рекомендуются к использованию при проведении диагностических работ с целью оценки остаточных знаний по результатам освоения данной дисциплины.

Итоговая оценка за экзамен определяется как средняя арифметическая оценок за ответ на вопросы билета и тестирования