



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФГБОУ ВО «ИГУ»**

**Институт социальных наук**

**Кафедра государственного и муниципального управления**

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института,  
проф. В.А. Решетников

«17» июня 2020 г.

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля) **Б1.В.10 Связи с общественностью в органах власти**

Направление подготовки **\_38.03.04\_ Государственное и муниципальное управление**

Направленность (профиль) **Государственное и муниципальное управление**

Квалификация (степень) выпускника – **БАКАЛАВР**

Форма обучения \_\_\_\_\_ **очная, заочная** \_\_\_\_\_

Согласовано с УМК ИСН ИГУ

Протокол № 10 от «17» июня 2020 г.

Председатель, проф.

Грабельных Т.И.

Рекомендовано кафедрой государственного и  
муниципального управления:

Протокол № 10 от «18» мая 2020 г.

Зав. кафедрой, доцент

Журавлева И.А.

Иркутск, 2020г.

## Содержание

	стр.
1. Цели и задачи дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	3
3. Требования к результатам освоения дисциплины	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	5
5. Содержание дисциплины	6
5.1 Содержание разделов и тем дисциплины	6
5.2 Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами	8
5.3 Разделы и темы дисциплин и виды занятий	8
6. Перечень семинарских, практических занятий	10
6.1. План самостоятельной работы студентов	12
6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	14
7. Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии)	14
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля):	14
а) основная литература;	14
б) дополнительная литература;	15
в) программное обеспечение;	15
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	16
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	20
10. Образовательные технологии	21
11. Оценочные средства (ОС)	22
11.1 Оценочные средства для входного контроля	22
11.2 Оценочные средства текущего контроля	22
11.3 Оценочные средства для промежуточной аттестации	27

## **1. Цель и задачи дисциплины**

**Цель курса** - дать студентам комплекс современных знаний, умений и навыков, необходимых для поддержания и развития связей государственных и муниципальных структур с целевой общественностью.

### **Задачи курса**

- проанализировать основные теории и концепции государственных и правительственных коммуникаций, подходов к их пониманию;
- дать представление об основных современных моделях PR и GR;
- представить нормативно-правовую базу функционирования PR- и пресс-служб в органах государственной власти;
- ознакомить с принципами и технологиями профессиональной деятельности специалистов по общественным коммуникациям в органах государственной власти;
- ознакомить с опытом работы государственных PR-служб в различных ветвях и на различных уровнях государственной власти;
- научить владеть основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения;
- обучить современным информационно-коммуникативным методам и технологиям в сфере связей с общественностью органов государственной власти, а также связей с органами государственной власти профессиональных, общественных и политических организаций.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина Б1.В.ОД.10 «Связи с общественностью в органах власти» включена в вариативную часть обязательных дисциплин ФГОС ВПО по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (квалификация «бакалавр»). Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Предшествующие дисциплины, на которые данная дисциплина опирается: Б1.Б.10 Теория управления; Б1.В.ОД.21 Деловые коммуникации в государственном и муниципальном управлении.

Последующие дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо: Б1.В.ОД.18 Муниципальное управление и местное самоуправление; Б1.В.ОД.20 Деятельность органов государственной власти и местного самоуправления в сфере противодействия терроризму в Российской Федерации.

### **Требования к входным знаниям и умениям.**

Программа дисциплины строится на предпосылке, что студенты владеют элементарными знаниями по обществознанию, истории и экономике, полученными в школе.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- базовые знания закономерностей общественного развития;
- базовые знания о структуре органов власти в Российской Федерации, их функциях и полномочиях;
- базовые навыки активного восприятия и обсуждения лекционного материала;
- базовые навыки самостоятельной работы со специализированной литературой;
- базовые навыки презентации получаемых результатов, участия в коллективной

- работе;
- базовые навыки работы с компьютером: набор текста, заполнение таблиц, работа с Интернет-браузером и электронной почтой;
  - умение самостоятельно решать исследовательские задачи, самостоятельно решать задачи в составе научно-исследовательского коллектива.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

**ОК-5** Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (частично);

**ОК-6** Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (частично);

**ОПК-3** Способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций (частично);

**ПК-8** Способность применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования (частично);

**ПК-9** Способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (частично);

**ПК-11** Владеть основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения;

**ПК-15** Уметь вести делопроизводство и документооборот в органах государственной власти Российской Федерации, органах государственной власти субъектов Российской Федерации, органах местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятиях и учреждениях, научно-исследовательских и образовательных организациях, политических партиях, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организациях (частично).

Ключевая компетенция, формируемая в процессе изучения дисциплины, – ПК-11.

Таким образом, в результате изучения дисциплины студент должен:

#### **Знать:**

- сущность связей с общественностью как специфического вида информационно-коммуникационной деятельности, его отличия от маркетинга, рекламы, пропаганды, лоббирования;
- историю развития публичных отношений (PR) в сфере государственного управления;
- особенности и закономерности формирования общественного мнения в PR, его этические и правовые основы;
- основные профессиональные задачи специалистов по связям с общественностью в органах власти;
- специфику применения разнообразных технологий и инструментов PR-коммуникации в зависимости от поставленных задач и типа организации.

#### **Уметь:**

- применять принципы и технологии PR-коммуникации для достижения доверия и взаимопонимания между органами власти и общественностью;
- разрабатывать стратегию PR-деятельности и осуществлять на практике

- комплексные PR-проекты, т. е. владеть навыками проектной деятельности;
- выстраивать гармоничную и эффективную коммуникацию между органами власти и такими целевыми группами, как местное население, СМИ, вышестоящие госорганы, сотрудники;
  - разрешать спорные, конфликтные ситуации между органами власти и общественностью через диалог, поиск согласия или компромисса;
  - применять на практике профессиональные стандарты и этические нормы во взаимоотношениях со СМИ.

**Владеть:**

- общими методами работы с целевыми аудиториями PR-подразделений органов государственной власти и управления;
- современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью;
- основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения
- методикой анализа документов и ситуаций;
- навыками публичной и научной речи;
- принципами этического поведения;
- современными методами и приемами использования информационных технологий.

**4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы**

**Очное обучение**

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц	Семестры (часов)			
		5	6	7	8
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	36 / 1			40	
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции	18 / 0,5	-	-	18	-
Практические занятия (ПЗ)	18 / 0,5	-	-	18	-
Контроль самостоятельной работы студентов	4 / 0,1	-	-	4	-
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	68 / 1,9	-		68	
В том числе:	-	-	-	-	-
Презентация доклада	20 / 0,55	-	-	20	-
Реферат	15 / 0,4	-	-	15	-
Эссе, аналитическая записка	20/0,55			20	
Запрос в органы государственной или муниципальной власти	10/0,26			10	
<i>Другие виды самостоятельной работы (выполнение домашних заданий, подготовка к зачету)</i>	3 / 0,1	-	-	3	-
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Зачет				
<b>Контактная работа (всего)</b>	40 / 1,1			40	
Общая трудоемкость	часы			108	
	зачетные единицы	3		3	

**Заочное обучение**

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц	Семестры (часов)			
		4	5	6	7
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	16				16
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции	6	-	-	-	6
Практические занятия (ПЗ)	6	-	-	-	6
Контроль самостоятельной работы студентов	4	-	-	-	4
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	92	-	-	-	92
В том числе:	-	-	-	-	-
Презентация проекта	30	-	-	-	30
Реферат, доклад	20	-	-	-	20
Эссе, аналитическая записка	20		-	-	20
Запрос в органы государственной или муниципальной власти	18				18
<i>Другие виды самостоятельной работы (выполнение домашних заданий, подготовка к зачету)</i>	4	-	-	-	4
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Зачет				
<b>Контактная работа (всего)</b>	16				16
Общая трудоемкость	часы				108
	зачетные единицы	3			3

## 5. Содержание дисциплины

### 5.1. Содержание разделов и тем дисциплины

#### Раздел 1. Теоретико-методологические проблемы PR-деятельности

##### Тема 1.1 Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции.

История становления и развития PR как теории и практики. Демократия и рынок как рамочные условия возникновения PR-деятельности. Роль неценовой конкуренции и гражданского общества в развитии связей с общественностью. Полисемантичесность понятия PR и основные подходы к его определению. Термины «паблик рилейшнз» и «связи с общественностью». Пять основных групп определений PR. Высокие этические стандарты данного вида деятельности. «Черный пиар» как искажение социально-этической сущности паблик рилейшнз. Общественность и общественное мнение в PR. Модели PR Грюнига-Ханта. Зависимость PR от внешней среды. Эволюция моделей PR: от паблисити к двусторонней коммуникации. PR, журналистика, маркетинг, реклама, пропаганда: соотношение целей и задач, основные отличия.

##### Тема 1.2. Эволюция связей с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации

Система органов государственной власти в современной России. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях. Специфика медиарилейшнз в сфере политики и государственного управления. Внутрикorporативный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления. Связи с общественностью во взаимодействии

государства с институтами гражданского общества. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.

## **Раздел 2. PR в органах государственной и муниципальной власти**

### **Тема 2.1. Цели и функции служб СО органов государственной власти**

Информационные процессы и модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях. Информационный процесс как многоуровневая система. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами. Основные информационные модели. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления. Власть – население: формы работы, обратная связь.

### **Тема 2.2 Основные компоненты имиджа государственной власти: технологии и методы его продвижения**

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

Технологии формирования имиджа власти. Имиджевые стратегии. PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.

### **Тема 2.3 Нормативно-правовые и этические основы деятельности служб по связям с общественностью в органах государственной и муниципальной власти**

Правовые основы связей с общественностью в России. Обзор основных законодательных актов и нормативно-правовых документов, регулирующих PR-деятельность в государственных структурах РФ. Требования, предъявляемые к деятельности специалистов PR, специфика государственной службы по связям с общественностью в РФ.

Стандарты профессиональной квалификации и критерии профессиональной культуры специалиста в сфере связей с общественностью. Минимальные стандарты качества в области предоставления PR-услуг и персональных навыков работников PR-служб. Профессионально-этический комплекс PR-специалиста на государственном предприятии или в государственной организации. Соотношение этического кодекса PR-специалиста с профессиональной этикой работника государственных служб.

## **Раздел 3. Построение эффективной коммуникации органа государственной и муниципальной власти с основными целевыми группами**

### **Тема 3.1 Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR**

Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта. Организация специальных мероприятий. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников. Разработка портрета «современного чиновника». Лоббизм и лоббирование.

### **Тема 3.2 Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций**

Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации. Основные принципы взаимодействия политических акторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами). Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.

### **Тема 3.3 Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях**

Понятие «политическая партия». Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя.

Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей. Виды общественно-политических организаций. Связи с общественностью в некоммерческом секторе. Организация и проведение фандрейзинговой кампании. Фандрейзинг и спонсоринг как технологии работы с общественностью в некоммерческих организациях.

### **Тема 3.4 Другие виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением**

Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-акции, «утечка информации», политическая и социальная реклама, заказные статьи. Формирование позитивного и/или негативного имиджа. Моделирование информационного контекста. Политический маркетинг. Основные понятия и категории политического маркетинга. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями. Формирование общественной повестки дня. Акцент на повседневных проблемах населения, форс-мажорные обстоятельства, социальные катаклизмы.

## **5.2 Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами**

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№№ разделов и тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин (вписываются разработчиком)		
		1	2	3
1.	Б1.В.ОД.19 Муниципальное управление и местное самоуправление	1 1.2	2 2.2	3 3.2-3.4
2.	Б1.В.ОД.20 Деятельность органов государственной власти и местного самоуправления в сфере противодействия терроризму в Российской Федерации.	1.1-1.2	2.1-2.2	3.1-3.4



### 5.3. Разделы и темы дисциплин (модулей) и виды занятий

#### Очное обучение

№ п/п	Наименование раздела	Наименование темы	Виды занятий в часах			
			Лекц.	Практ. зан.	СРС и КСР	Всего
1.	Теоретико-методологические проблемы PR-деятельности.	1.1 Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции.	2	2	7/1	12
		1.2 Эволюция связей с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации	2	2	8	12
2.	PR в органах государственной и муниципальной власти.	2.1 Цели и функции служб СО органов государственной власти	2	2	7/1	12
		2.2 Основные компоненты имиджа государственной власти: технологии и методы его продвижения	2	2	8	12
		2.3 Нормативно-правовые и этические основы деятельности служб СО в органах государственной власти	2	2	7/1	12
3.	Построение эффективной коммуникации органа государственной власти с основными целевыми группами.	3.1 Конструирование имиджа государственной службы средствами PR и СМИ	2	2	8	12
		3.2 Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций	2	2	8	12
		3.3 Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях	2	2	8	12
		3.4 Другие виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением	2	2	7/1	12
	Всего:		18	18	68/4	108

#### Заочное обучение

№ п/п	Наименование раздела	Наименование темы	Виды занятий в часах			
			Лекц.	Практ. зан.	СРС и КСР	Всего
1.	Теоретико-методологические проблемы PR-деятельности.	1.1 Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции.	1	1	7/1	10
		1.2 Эволюция связей с общественностью в органах государственной власти и	1	-	8	9

		управления Российской Федерации				
2.	PR в органах государственной и муниципальной власти.	2.1 Цели и функции служб СО органов государственной власти	1	1	7/1	10
		2.2 Основные компоненты имиджа государственной власти: технологии и методы его продвижения	-	1	8	9
		2.3 Нормативно-правовые и этические основы деятельности служб СО в органах государственной власти	1	1	8/1	11
3.	Построение эффективной коммуникации органа государственной власти с основными целевыми группами.	3.1 Конструирование имиджа государственной службы средствами PR и СМИ	-	1	8	9
		3.2 Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций	1	-	8	9
		3.3 Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях	-	1	8	9
		3.4 Другие виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением	1	-	6/1	8
	Всего:		6	6	92/4	108

## 6. Перечень практических занятий

### Очное обучение

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1.	1.1	Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции	2	<i>Предварительный контроль для определения исходного уровня знаний студентов: УО.</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
2.	1.2	Эволюция связей с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации	2	<i>Дискуссия на заданную тему с</i>	ОК5, ОК6, ОПК3,

				<i>предварительной подготовкой. УО. АР.</i>	ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
3.	2.1.	Цели и функции служб СО органов государственной власти	2	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой. УО.</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
4.	2.2	Работа PR-служб органов государственной власти Иркутской области	2	<i>Краткий доклад о деятельности выбранных PR-служб</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
5.	2.3	Нормативно-правовые и этические основы деятельности служб СО в органах государственной власти	2	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой. ПЗ.</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
6.	3.1	Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций	2	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой. УО.</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
7.	3.2	Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях	2	<i>Презентация доклада</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
8.	3.3	Виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением	2	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой. УО. Отчет по запросу в органы государственной или муниципальной власти</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15

9.	3.4	Информационные технологии в управлении связями общественностью	в с	2	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой. УО.</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
	Всего часов:			18		

УО – устный опрос, АР – аналитическая работа, ПЗ – практическое задание.

### Заочное обучение

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Гру-дое мк-ост ь (ча-с.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1.	1.1	Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции	1	<i>Предварительный контроль для определения исходного уровня знаний студентов: УО.</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
2.	1.2	Эволюция связей с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации	1	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
3.	2.1.	Цели и функции служб СО органов государственной власти	1	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой. УО.</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
4.	2.2	Работа PR-служб органов государственной власти Иркутской области	1	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой. Краткий доклад студентов о деятельности выбранных PR-служб</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15

5.	2.3	Нормативно-правовые и этические основы деятельности служб СО в органах государственной власти	1	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой. УО.</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
6.	3.1	Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций	1	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой. УО. ПЗ.</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
7.	3.2	Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях	1	<i>Презентация доклада</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
8.	3.3	Виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением	1	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой. УО.</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
9.	3.4	Информационные технологии в управлении связями с общественностью	1	<i>Дискуссия на заданную тему с предварительной подготовкой. УО.</i>	ОК5, ОК6, ОПК3, ПК8, ПК9, ПК11, ПК15
			6		

### 6.1. План самостоятельной работы студентов

№ нед.	№ темы	Вид самостоятельной работы	Задание	Рекомендуемая литература	Количество часов
1	1.1	Работа с литературой, интернет-источниками. Подготовка в виде презентации биографии «отцов ПР» Айви Ли и Эдварда Бернайза (вариант 1). Подготовка в виде презентации	Домашнее задание: Эволюция связей с общественностью в органах государственной власти и управления РФ	Папкина О. В. Связи с общественностью гл.1	6/9

		материалов международных рейтингов PR-агентств (вариант 2).			
2	1.2	Работа с литературой, интернет-источниками, выполнение письменного задания (в виде схемы) по структуре органов власти РФ и Иркутской области.	Домашнее задание: Цели и функции служб СО органов государственной власти	Папкина О. В. Связи с общественностью гл.2	6/10
3	2.1	Работа с литературой, интернет-источниками. Подготовка письменного домашнего задания «PR-служба такого-то органа государственной власти РФ или Иркутской области» Цели, задачи, структура, оценка эффективности.	Домашнее задание: Подготовка к краткому докладу о деятельности выбранной PR-службы	Официальный сайт выбранного органа власти или внутренние документы гос. или муниципального органа	7/9
4	2.2	Подготовка к практическому занятию, изучение литературы. Подготовка письменного домашнего задания по примерам неэтичного ведения PR-компании.	Домашнее задание: Нормативно-правовые и этические основы деятельности служб СО в органах государственной власти	ФЗ, ОЗ, нормативные документы выбранных органов власти	7/10
5	2.3.	Работа с литературой, интернет-источниками. Подготовка письменного домашнего задания по информированию населения органами местного самоуправления МО, в котором проживает студент.	Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	Официальные сайты выбранных органов власти Иркутской области или внутренние документы госорганов, местные СМИ (принести образцы)	7/9
6	2.3	Работа с литературой, интернет-источниками. Подготовка доклада	Домашнее задание: Конструирование имиджа государственного	Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные	7/9

		по конструированию имиджа определенного политика.	органа (службы, деятеля) средствами СМИ и PR	подходы и технологии власти гл.1,3-4	
7	3.1	Работа с литературой, интернет-источниками. Подготовка письменного задания по конструированию имиджа определенного политика Иркутской области в ходе проведения целевых политических акций.	Домашнее задание: Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций	Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд гл. 2-4 Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии власти гл.5, материалы Интернет	7/9
8	3.2	Работа с литературой, интернет-источниками. Подготовка сообщения по информационной работе региональных отделений политических партий в Иркутской области.	Домашнее задание: Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях	Официальные сайты парламентских партий	7/9
9	3.3	Работа с литературой, интернет-источниками. Подготовка презентации по инновационным методам взаимодействия между органами власти и населением.	Домашнее задание: Другие виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением	Данилина В. В. Связи с общественностью Составление документов Гл. 1-3	7/9
10	3.4	Работа с литературой, интернет-источниками. Письменная работа «Мои предложения муниципальной власти по более широкому информированию населения».	Домашнее задание: Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти	Папкина О. В. Связи с общественностью гл.8	7/9
Все го					68/92

## **6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов**

Государственным стандартом по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» предусматривается 68 часа из общей трудоемкости дисциплины на самостоятельную работу студентов (далее СРС) очного обучения и 92 - заочного.

Самостоятельная работа заключается:

- в самостоятельной подготовке студента к лекции – чтение конспекта предыдущей лекции. Это помогает лучше понять материал новой лекции, опираясь на предшествующие знания;

- в подготовке к практическим занятиям по основным и дополнительным источникам литературы, официальным сайтам органов власти РФ и Иркутской области;

- в выполнении домашних заданий;

- в самостоятельном изучении отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;

- в выполнении контрольных мероприятий по дисциплине;

- в подготовке эссе по актуальной проблеме ГМУ;

- в подготовке рефератов, докладов и презентаций по ним.

## **7. Примерная тематика курсовых работ.**

Курсовая работа не предусмотрена учебным планом.

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:**

### **1. а) Основная литература**

2. Данилина, В. В. Связи с общественностью. Составление документов [Электронный ресурс] : теория и практика / В. В. Данилина, В. Луканина [и др.]. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 320 с. - Режим доступа: ЭБС "Айбукс". - Неогранич. доступ.
3. Невмержицкая, Е. А. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая. - ЭВК. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 74 с. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ.
4. Папкина, Ольга Викторовна Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. "Соц.-культ. сервис и туризм" / О. В. Папкина. - ЭВК. - М : Академия, 2012. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - 20 доступов.
5. Сальникова, Людмила Сергеевна Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров, учеб. для студ. вузов, обуч. по напр. подгот. (спец.) "Связи с общественностью" / Л. С. Сальникова. - ЭВК. - М. : Юрайт, 2013. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ.
6. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 159 с. – 20 экз.

### **7. б) Дополнительная литература**

8. Атаманчук, Г.В. Теория государственного управления : курс лекций / Г. В. Атаманчук. - 4-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2006. - 580 с. - 16 экз.
9. PR, реклама, маркетинг [Электронный ресурс] : словарь-справочник. - ЭВК. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2013. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ.
10. Гринберг, Т. Э. Политические технологии [Электронный ресурс] : ПР и реклама / Т. Э. Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 280 с. - Режим доступа: ЭБС "Айбукс". - Неогранич. доступ.
11. Компьютерная графика [Текст] : учебное пособие : Направления 031300.62 – Журналистика, 031600.62 – Реклама и связи с общественностью, 120700.62 – Городской кадастр. Квалификация – бакалавр. Направление 070601.65 – Дизайн. Квалификация – дизайнер. - Ставрополь : изд-во СКФУ, 2014. - 200 с. ; есть. - Режим



- доступа: ЭБС "РУКОНТ". - Неогранич. доступ.
12. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / П. А. Кузнецов. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 128 с. ; есть. - Режим доступа: ЭБС "РУКОНТ". - Неогранич. доступ.
  13. Лебедева, Л. В. Психология рекламы [Текст] : учеб. пособие / Л. В. Лебедева. - Москва : ФЛИНТА, 2013. - 130 с. ; есть. - Режим доступа: ЭБС "РУКОНТ". - Неогранич. доступ.
  14. Макарова, Т. В. Основы информационных технологий в рекламе [Текст] : учеб. пособие / Т. В. Макарова, О. Н. Ткаченко, О. Г. Капустина. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 271 с. ; есть. - (Азбука рекламы). - Режим доступа: ЭБС "РУКОНТ". - Неогранич. доступ.
  15. Невмержицкая, Е. А. Политическая реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. А. Невмержицкая. - ЭВК. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2014. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ.
  16. Щепилова, Г. Г. Реклама [Электронный ресурс] : учебник / Щепилова Г.Г., Щепилов К.В. - 2-е изд., пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 381 с. - (Бакалавр. Академический курс). - Режим доступа: "ЭБС Юрайт". - неогранич. доступ.

#### **в) Программное обеспечение:**

Microsoft Office XP Professional Win32 Russian Academic OPEN No Level Номер Лицензии Microsoft 16706987 бессрочно, OfficeProPlus 2013 RUS OLP NL Acdmc СУБЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР № ЦПП/ - \_Лиц Договор\_ / 326 от 23 января 2015 г. Номер лицензии: 64690378 27.01.2015 бессрочно.; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 250-499 Node Educational Renewal License; кол-во 1800; SPSS Base Statistics Сублицензионный договор №2008/12-ИГУ-1 от 11.12.2008 г. 11.12.2008, бессрочно, Windows Remote Desktop Services CAL 2012 Russian OLP NL AE Device CAL Сублицензионный договор №47858/ИРК4255/ 1130 от 16.07.2014 Счет№Tr036883 от16.07.2014лиц63888500, 16.07.2014, бессрочно; программа, обеспечивающая воспроизведение видео VLC Player; программа для создания и демонстрации презентаций иллюстраций и других учебных материалов: Microsoft Power Point;

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (Microsoft Office 2013, SPSS Statistics для Windows 17.0, Антивирус Kaspersky Internet Security ).

#### **г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Фонд дополнительной литературы включает следующие официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания:

1. Договор о сотрудничестве от 25.09.2017 г. Исполнитель: ООО «Информационный Центр ЮНОНА»

Договор о сотрудничестве от 25.09.2017 г. Срок действия - до расторжения сторонами.

Адрес доступа: в локальной сети НБ ИГУ. Цена контракта: на безвозмездной основе. Количество пользователей: без ограничений. Характеристика: правовая БД - законодательство РФ, международное право, юридическая литература

2. Договор № Б/12 об информационно-правовом сотрудничестве между ООО «Гарант-Сервис Иркутск» и Федеральное государственное бюджетное управление высшего профессионального образования «иркутский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ИГУ») от 16.11.12 г.; Регистрационный лист № 38-70035-003593 от 21.11.12 г.

Исполнитель: ООО «Гарант-Сервис Иркутск» Договор № Б/12 об информационно-правовом сотрудничестве между ООО «Гарант-Сервис Иркутск» и Федеральное государственное бюджетное управление высшего профессионального образования «Иркутский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ИГУ») от 16.11.12 г.; Регистрационный лист № 38-70035-003593 от 21.11.12 г. Срок действия - до расторжения

сторонами .

Адрес доступа: в локальной сети НБ ИГУ

Цена контракта: на безвозмездной основе

Количество пользователей: без ограничений

Характеристика: правовая БД – законодательство РФ, международное право, юридическая литература.

3. Договор № 101/НЭБ/0760 от 14.09.15 г. о предоставлении доступа к Национальной электронной библиотеке.

Исполнитель: **федеральное государственное бюджетное учреждение «Российская государственная библиотека»**

Адрес доступа: <http://нэб.рф>

Цена контракта: на безвозмездной основе.

Количество пользователей: без ограничений, с компьютеров сети ИГУ

Характеристика: доступ к совокупности распределенных фондов полнотекстовых электронных версий печатных, электронных и мультимедийных ресурсов НЭБ, а также к единому сводному каталогу фонда НЭБ

4. Информационное письмо № 128 от 09.10.2017 г.

Исполнитель: ООО «Издательство Лань»

**ООО «Издательство Лань».** Информационное письмо № 128 от 09.10.2017 г. Срок действия: бессрочный

Адрес доступа: <http://e.lanbook.com/>

Цена контракта: бесплатный доступ

Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет

Характеристика: Доступ к 600 научным журналам, с общим количеством статей более 200 000.

Классическая литература по следующим отраслям знаний: «География» - 408 книг, «Искусствоведение» - 188 книг, «Право и Юридические науки» - 693 книга, «Психология. Педагогика» - 161 книг, «Социально-гуманитарные науки» - 1112 книг, «Экономика. Менеджмент» - 116 книг, Языкознание и литературоведение – 2028 книг, «Художественная литература» - 27479 книг.

5. Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. Лицензионное соглашение

№ 31 от 22.02.2011 г. Исполнитель: ООО «Библиотех»

**ООО «Библиотех»** Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. Срок действия: бессрочный

Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г.

Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет

Характеристика: программный модуль для реализации работы ЭБС. Наполнение «ЭЧЗ Библиотех» - приобретаемыми электронными версиями книг (ЭВК) и трудами ученых ИГУ. На 10.09.2015 г. Содержит 1338 назв.

Реквизиты контрактов на приобретение и размещение ЭВК в ЭБС «ЭЧЗ Библиотех»

6. Контракт № 17-03/15К/19 от 30.03. 2015г.

Исполнитель: **ООО «Айбукс»**

ООО «Айбукс». Контракт № . 17-03/15К/19 от 30.03. 2015г.; Акт № 60 от 01.04.2015 г.

Срок действия до 31.03.2020 г.

Адрес доступа: <http://ibooks.ru>

Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет

Характеристика: электронная версия печатного издания -1 назв.

6. Контракт № 24 от 22.03.2017г.

Исполнитель: **ООО «Электронное издательство Юрайт»**

ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 24 от 22.03.2017г.; Акт от 23.03.2017 г.

Срок действия до 22.03. 2018 г

Адрес доступа: <http://biblio-online.ru/>

Количество пользователей: круглосуточный доступ из любой точки сети Интернет, количество одновременных доступов согласно приложения к Контракту.

Характеристика: электронные версии печатных изданий по различным отраслям знаний, всего 17 назв.

Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. Для обучающихся обеспечен доступ к следующим профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам:

**д) иные информационно-справочные и поисковые системы:**

**г) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

1. Media Guide — портал о медиабизнесе для профессионалов. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.mediaguide.ru/>
2. PR в России: интернет-версия журнала [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rupr.ru>
3. PR, съезды и выставки, стратегии, корпоративные СМИ [Электронный ресурс]- Режим доступа: [http://www.polylog.ru/problems\\_of\\_russian\\_law/](http://www.polylog.ru/problems_of_russian_law/)
4. Stratagema.org: PR-технологии в действии.[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.stratagema.org>
5. Ассоциация сибирских и дальневосточных городов [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.asdg.ru/>
6. Вопросы местного самоуправления [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.vmsu.ru/>
7. Журнал «Административное право и процесс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://lawinfo.ru/catalog/magazines/administrativnoe-pravo-i-process/>
8. Журнал «Актуальные проблемы российского права» [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://msal.ru/primary-activity/publishing/scientific\\_journals/actual\\_](http://msal.ru/primary-activity/publishing/scientific_journals/actual_)
9. Журнал «Власть». Общенациональный научно политический журнал. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.isras.ru/authority.html>
10. Журнал «Государственная власть и местное самоуправление» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.lawinfo.ru/catalog/magazines/gosudarstvennaja-vlast-i-mestnoe-samoupravlenie>
11. Журнал «Государственная служба» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.mgs.rags.ru/>
12. Журнал «Государство и право» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.igpran.ru/rus/magazine/index.htm>
13. Журнал «Журнал российского права» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.norma-verlag.com/journal>
14. Журнал «Муниципальная служба: правовые вопросы» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://lawinfo.ru/catalog/magazines/municipalnaya-slujba-pravovye-voprosy/>
15. Журнал «Проблемы местного самоуправления» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.samoupravlenie.ru/>
16. Журнал «Современное право» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://info-pravo.com/>
17. Институт муниципального управления, г. Обнинск [Электронный ресурс] - Режим доступа: [www.rels.obninsk.com/](http://www.rels.obninsk.com/)

18. Информационные ресурсы России. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.rir.csti.ru>.
19. Комитет по вопросам местного самоуправления Государственной Думы [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru/localcom/>
20. Конгресс муниципальных образований Российской Федерации [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.kmo.ru/>
21. Менеджмент муниципальных услуг [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.tacis-muse.ru/>
22. Местное самоуправление [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://vff-s.narod.ru/msu/msu.html>
23. Портал PR | Online[Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.pronline.ru>
24. Пресс-служба. Всероссийский специализированный журнал. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.press-service.ru/>
25. Профессиональный PR-Портал Sovetnik.ru [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.sovetnik.ru/>
26. Реформа местного самоуправления в Иркутской области [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.irkobl.ru/government/local/local/>
27. Российский PR-портал. Российская Ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.raso.ru/>
28. Сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ - [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru/>
29. Сайт Министерства образования и науки РФ [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://минобрнауки.рф/>
30. Сайт Правительства Иркутской области [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.irkobl.ru/government/executive/government/>
31. Сайт Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http:// pravitelstvo.gov.ru](http://pravitelstvo.gov.ru).
32. Сайт Председателя Правительства РФ [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://premier.gov.ru/>
33. Сайт Президента РФ [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/>
34. Сайт Федерального собрания Российской Федерации. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://council.gov.ru/>
35. Сервер органов государственной власти Российской Федерации «Официальная Россия». [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http:// www.gov.ru](http://www.gov.ru).
36. Со-общение: ежемесячный специализированный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://soob.ru/>
37. Указы Президента «Российская газета» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.rg.ru/news/sites/pravitelstvo/index.html>

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

Материально-техническую базу для проведения лекционных и практических занятий по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» составляют:

- - аудитория, на 70 рабочих мест ( 75,7 кв.м), оборудованная специализированной (учебной) мебелью (столы, скамьи, меловая доска, кафедра)- рабочие места студентов. (664025, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Ленина, д. 3, ауд. 224, этаж 2);
- компьютерный класс (учебная аудитория) для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, организации самостоятельной работы, оборудованная на 17 рабочих мест, оборудованная специализированной (учебной) мебелью (компьютерные столы, стулья, переносная доска); компьютерами (Системный блок Intel Original LGA775 Celeron E3300 (7 шт.), Системный блок Intel Core i3-2120 (10 шт.), Монитор 17"Samsung 743N silver 5ms (2 шт.), Монитор LG Flatron W1942S (1 шт.), Монитор LG FLATRON E2242 (10 шт.),

Монитор TFT 17 Samsung 710N (4 шт.) с неограниченным доступом к сети Интернет; набором демонстрационного оборудования для представления учебной информации большой аудитории: мобильный проектор Viewsonic "PJD6253", переносной экран, колонки. (664025, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Ленина, д. 3, ауд. 210, этаж 2).

- специальное помещение кафедры государственного и муниципального управления (26,4 кв.м) для проведения индивидуальных занятий, ознакомления и работы с научно-методическими материалами по организации и проведению практик, проведению самостоятельных исследований, со специализированными информационными базами данных, осуществления контрольных процедур по результатам самостоятельной работы на 4 рабочих мест, оборудованная специализированной (учебной) мебелью (столы, стулья); оборудованием для представления информации по результатам текущей, промежуточной и итоговой аттестации, для презентации учебного материала: системный блок Gigabyte chassis; монитор Samsung Sync Master B1930; колонки Genius; МФУ HP LaserJet Pro MFP M125r, HP Notebook (AMD E1-6015 APU with Radeon (TM) R2 Graphics 1.40 GHz) (664025, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Ленина, д. 3, ауд. 107, этаж 1).

## **10. Образовательные технологии:**

При проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти», а также в рамках самостоятельной работы обучающихся используются активные и интерактивные формы обучения с учетом степени усвоения обучающимися материала.

Особенностями организации занятий с использованием форм и методов активного и интерактивного обучения являются:

- самостоятельный поиск обучающимися путей и вариантов решения поставленной учебной задачи, проблемы (выбор одного из предложенных вариантов или нахождение собственного варианта и обоснование решения);
- обучение работе в команде, проявлению терпимости к любой точке зрения, уважению права каждого на свободу слова;
- всесторонний анализ конкретных практических примеров профессиональной деятельности, в которой обучающиеся выполняют различные ролевые функции;
- постоянное поддержание преподавателем активного внутригруппового взаимодействия, снятие им напряженности во взаимоотношениях между участниками, нейтрализация конфликтного поведения отдельных обучающихся;
- возможность выполнения на занятии одним из обучающихся функции лидера (руководителя), который инициирует и ориентирует обсуждение учебной проблемы;
- интенсивное использование индивидуальных заданий в групповых занятиях;
- активное использование технических учебных средств, в том числе таблиц, слайдов, фильмов, роликов, видеоклипов, видеотехники, с помощью которых иллюстрируется учебный материал.

При проведении лекции используются активные и интерактивные формы обучения:

- Первичное овладение знаниями при проведении лекции "Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции";
- проблемные лекции «Цели и функции служб по связям с общественностью органов государственной власти», в которой обсуждаются цели и методы освещения политических событий в федеральных и региональных СМИ, «Другие виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением», где в ходе обсуждения критически оцениваются такие приемы как «утечка информации», заказные статьи;
- лекция пресс-конференция «Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях», с приглашением

- представителей политических партий, представленных в регионе;
- учебная дискуссия «Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций», в ходе которой обсуждаются образы - имиджи политиков современной России федерального и регионального уровня;
- эвристическая беседа, как разновидностью проблемной лекции, которая позволяет наиболее полно продемонстрировать различные аспекты управления процессом формирования у бакалавров всех структурных компонентов анализа и решения проблемы. Активизация познавательной деятельности бакалавров определяется не самим методом беседы, а характером задаваемых вопросов;
- интерактивный семинар с применением мультимедиа-технологий «Изображение, электронные средства массовой информации, как элемент управления общественными отношениями».

Большинство практических занятий проходят в форме проблемных семинаров.

В ходе указанных занятий в активной или интерактивной форме обучающиеся используют материалы заранее подготовленных эссе, рефератов, докладов, собственных экспериментов по решению управленческих задач эвристическими методами либо приемами, почерпнутыми из Интернета.

## **11. Оценочные средства (ОС)**

### **11.1. Оценочные средства для входного контроля.**

Основной его целью является выявление пробелов в знаниях, требуемых для дальнейшей работы по курсу. Для преподавателя это необходимо, чтобы оценить уровень готовности группы в целом; проблемы отдельных студентов и их отношение к оценке уровня своей готовности. Входной контроль необходим, чтобы наметить пути устранения выявленных проблем, спланировать содержание, методику работы, организацию самостоятельной работы.

На первом занятии по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» проводится опрос. Вопросы направлены на проверку знаний, полученных студентами в процессе изучения дисциплин Б1.Б.11 Теория управления, Б1.Б.23 Деловые коммуникации.

#### **Вопросы для вводного опроса**

1. Понятие общения, его функции, формы и виды.
2. Понятие и виды государственного управления.
3. Деловое общение и его формы.
4. Государственный аппарат. Структура государственного аппарата как системы.
5. Нормы и принципы делового общения.
6. Формы и методы управленческой деятельности.
7. Общение и коммуникации.
8. Информация как основа государственного управления.
9. Коммуникации: понятие и компоненты.
10. Организация информации в системе государственного управления.
11. Функции и виды коммуникации.
12. Персонал государственного управления: структура, уровни.
13. Особенности деловой коммуникации.
14. Уровни принятия государственных решений.
15. Вербальная коммуникация. Устная речь. Письменная речь.
16. Отличие государственных решений от решений в частном секторе.
17. Электронные технологии в вербальных деловых коммуникациях.
18. Трансформация модели управления в государственной службе.
19. Невербальная коммуникация. Средства невербального общения.
20. Функциональное представительство интересов в государственном управлении.
21. Деловой имидж и репутация.
22. Эффективность государственного и муниципального управления.

23. Деловая беседа, основные методы и техники аргументации.
24. Деловые переговоры и дискуссии.
25. Публичные выступления
26. Причины плохой коммуникации.
27. Факторы, затрудняющие адекватное восприятие в коммуникации.
28. Стереотипы и установки при восприятии партнера в коммуникации.
29. Учет возрастных и гендерных особенностей личности.
30. Учет национальных особенностей личности.
31. Документирование управленческой деятельности.

**11.2. Текущий контроль** проводится с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определения необходимости введения изменений в содержание и методы обучения. В процессе текущего контроля оценивается самостоятельная работа студента над изучаемым материалом: полнота выполнения заданий, уровень усвоения учебных материалов по отдельным разделам дисциплины, работа с дополнительной литературой, умения и навыки индивидуальных и групповых презентаций, овладение практическими навыками аналитической, исследовательской работы.

Формы текущего контроля по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»: проверка домашних заданий; собеседование со студентами; доклад с презентацией групповой по общественному мнению; аналитическая работа по общественному мнению; запрос в органы государственной или муниципальной власти с актуальной региональной или местной проблемой для отслеживания процедуры ответа; реферат для неуспевающих студентов; коллоквиумы по актуальным PR вопросам с обсуждением презентаций докладов, эссе.

#### **Темы докладов с презентацией для групп студентов**

1. Понятие «общественное мнение». Сущность и признаки ОМ. Объект и субъект ОМ.
2. Источники формирования общественного мнения.
3. Функции ОМ в современном обществе.
4. Формирование ОМ. Средства манипулирования ОМ.
5. Авторитет ОМ в современном российском обществе.
6. Влияние СМИ на формирование ОМ.

Форма занятия: прослушивание и обсуждение презентаций докладов студентов.

Цель – закрепление и углубление знаний студентов.

#### ***Анализ общественного мнения (аналитическая работа)***

Д\З - проанализируйте особенности общественного мнения по конкретной проблеме в СМИ на основе 10-15 публикаций. Тема публикаций СМИ выбирается студентом самостоятельно. Подготовьте письменный отчет по итогам анализа публикаций.

Схема анализа общественного мнения в публикациях СМИ по конкретной проблеме:

1. Тема публикаций.
2. Временной период.
3. Объект общественного мнения, вид объекта.
4. Субъект (ы) общественного мнения.
5. Критерии выбора объекта общественного мнения.
6. Структура общественного мнения:
  - знания, представления;
  - эмоции;
  - побуждение к действию.

**Оформление отчета по запросу в органы государственной или муниципальной власти.**

Титульный лист в соответствии со стандартом. Указать дату представления

преподавателю работы.

Такого то числа я обратился в ОРГАН ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИЛИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ (вставить название) со следующим запросом – скриншот. Далее – объяснение, почему вы задали этот вопрос.

Далее – когда вы получили подтверждение (скриншот), когда и какой вы получили ответ (скриншот или копию письменного ответа), степень удовлетворенности ответом. Соответствует ли это срокам, указанным в ФЗ 59. Собираетесь ли вы предпринимать дальнейшие шаги по своему запросу.

### **Примерная тематика рефератов для отстающих студентов**

1. Общественное мнение – иллюзия или реальность?
2. Можно ли назвать социальную рекламу разновидностью ПР?
3. Возможности целенаправленного формирования общественного мнения, от чего они зависят?
4. Слухи. Надо ли с ними бороться?
5. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя (на конкретном примере федерального или регионального политика).
6. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных и муниципальных решениях.
7. Лоббизм и лоббирование в России и Иркутской области.
8. Проведение опросов или исследований различных групп общественности (например, по ФЗ -8).
9. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ.
10. Власть – население: новые формы работы, обратная связь.
11. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на региональном уровне (на примере конкретного субъекта, сравниваем с Иркутской областью).
12. Использование статистики в связи с общественностью.
13. Спиндоктор и его особенности его работы.
14. Специфика деятельности пресс-секретаря в общественных организациях.
15. Новые технологии коммуникации с населением.
16. Нетрадиционные формы организационно-творческих мероприятий пресс-служб органов местного самоуправления в Иркутской области.
17. Организация деятельности приемных и отделов писем в органах государственной и муниципальной власти (на примере конкретного органа госвласти или МО).
18. Принципы и оценка эффективности деятельности пресс-службы.
19. Меценатство в России как элемент создания имиджа.
20. Миф как базовый критерий в методике формирования имиджа.
21. Общественное мнение - методология изучения и оценка результатов.
22. Использование психологии в PR технологиях.
23. Системы психографической сегментации VALS и VALS2.
24. Стоимость PR-услуг в России (обзор).
25. Организация и проведение компаний в сфере связей с общественностью для государственных организаций (на примере Пресс-службы Губернатора Иркутской области в период подготовки и празднования 350-летия Иркутска)
26. Имидж Иркутского государственного университета: составляющие компоненты и технологии продвижения.
27. Продвижение имиджа Иркутской области.
28. Методы построения имиджа.
29. Этапы и технологии имиджмейкинга в государственном управлении.
30. История имиджмейкинга в России.
31. Техника конструирования имиджа и его воздействия на СМИ.
32. Политика и СМИ: проблемы взаимодействия.



33. Технологии манипулирования в СМИ.
  34. Методы манипулирования общественным мнением.
  35. Проблемы формирования имиджа политика.
  36. Объекты формирования имиджа.
  37. Психологические аспекты создания имиджа.
- Темы с 28 по 37 для студентов, не претендующих на высокие оценки.

**Контрольные вопросы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

1. Понятие «связи с общественностью».
2. Понятие «система органов государственной власти».
3. Общественные отношения как объект регулирования государственной властью.
4. Цели и задачи управления общественными отношениями.
5. Система органов государственной власти в современной России.
6. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.
7. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.
8. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях.
9. Специфика медиарилейшнз в сфере политики и государственного управления.
10. Правовые и этические основы СО в органах государственной власти и управления.
11. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
12. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире.
13. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
14. Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях.
15. Информационный процесс как многоуровневая система.
16. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
17. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях.
18. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
19. Власть – население: формы работы, обратная связь.
20. Понятие «имидж государственной власти».
21. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
22. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.
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. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
30. Организация специальных мероприятий.
31. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и

- чиновников.
32. Лоббизм и лоббирование.
  33. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления.
  34. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
  35. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов.
  36. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.
  37. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.
  38. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях.
  39. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.
  40. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.
  41. Понятие «политическая партия». Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий.
  42. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей.
  43. Виды общественно-политических организаций.
  44. Система органов государственной власти РФ. Место и роль информационно-аналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений.
  45. Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров.
  46. Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания.
  47. Информационно-аналитическое обеспечение процесса государственного управления пресс-службами.
  48. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.
  49. Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями.
  50. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-акции, «утечка информации», политическая и социальная реклама, заказные статьи.
  51. Формирование позитивного и/или негативного имиджа.
  52. Принципы работы по управлению новостями в аппарате Президента РФ.
  53. Цели, задачи и функции пресс-секретаря Президента РФ.
  54. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ.
  55. Функционирование ПР-службы на местном уровне.
  56. Взаимодействие государственной структуры с целевыми аудиториями.
  57. Взаимодействие государственной структуры с выборными должностными лицами.

#### **Критерий оценки:**

**Оценка «отлично»** выставляется в следующих случаях:

1. Активная работа на семинаре (собственно ответ + дополнения ответов и вопросы по теме одногруппникам *в течение всего занятия*),
2. Ответ полный, логически последовательный и непротиворечивый,
3. Соблюдается культура речи: речь грамотная, отсутствуют слова-«паразиты», новояз и т.п.,
4. Студент без запинки отвечает на возможные дополнительные вопросы преподавателя и аудитории по теме.

**Оценка «хорошо»** выставляется при:

1. Наличии одной-двух неточностей в ответе и недостаточной для выставления высшего балла активности на семинаре,
2. Культура речи сохраняется, речь в целом грамотная,
3. Допускается некоторая непоследовательность в ответе, *но лишь незначительная.*  
**Оценка «удовлетворительно»** выставляется в случаях, когда:
  1. Активность на семинаре минимальная (однако сам ответ прозвучал),
  2. Речь выступающего сбивчивая,
  3. Студент путает даты, термины и понятия, не может ответить на дополнительные вопросы по теме,
  4. В ответе отсутствуют логические и причинно-следственные связи, а также имеется несколько грубых фактических или иных ошибок,
  5. Механическое чтение текста с распечатанного листа, учебника или др. носителя информации (*в этом случае преподаватель может потребовать пересказать прочитанное*)**Оценка «неудовлетворительно»** выставляется в случаях, когда студент отказывается отвечать или отвечает не на заданный вопрос, а также считает возможным читать с листа повторно.

### **Тематика заданий для самостоятельной работы**

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

области связей с общественностью.

### **11.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» осуществляется в конце семестра с обязательным учетом результатов текущего контроля и проводится в форме **Зачета**.

#### **Вопросы к зачету.**

1. Система органов государственной власти в современной России. Специфика связей с общественностью в системе государственного управления.
2. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти.
3. Формирование позитивного имиджа и общественной репутации исполнительной власти.
4. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях.
5. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
6. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
7. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях.
8. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами. Основные информационные модели.
9. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
10. Отбор и дифференциация составляющих имиджа власти, разработка его характеристик.
11. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.
12. Медиа-стратегии по формированию позитивного или нейтрального имиджа государственной службы.
13. Организация специальных мероприятий. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников.
14. Разработка портрета «современного чиновника». Виды политического консультирования.
15. Специфика проведения диагностики социально - политической ситуации.
16. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
17. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов.
18. Конструирование средствами СМИ имиджа государственной службы.
19. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов коммуникации.
20. Основные принципы взаимодействия органов государственного управления с представителями СМИ.
21. Место и роль информационно-аналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений.
22. Диагностика социально-политических процессов.
23. Методология и методика проведения мониторинга.
24. Информационно-аналитическое обеспечение процесса государственного управления пресс-службами.
25. Виды информационной работы по налаживанию связей государственных учреждений с общественно-политическими организациями.
26. Государственный PR как проектная деятельность.

27. Структура построения медиарелейшнз.
28. Разработка информационно-коммуникативной стратегии.  
Основные пути и направления оптимизации функционирования служб по связям с общественностью муниципальных органов власти и управления в РФ.
29. Процедурные технологии: фасилитация и медиация.
30. Основные направления, формы и методы внутреннего PR в государственных структурах.
31. Пресс-релизы: основные требования к содержанию и оформлению.
32. Связи с общественностью в системе муниципального управления.
33. Пресс-кит и его составляющие.
34. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.
35. Основные термины и понятия в сфере PR.
36. Критерии эффективности взаимоотношений со СМИ.
37. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
38. Роль PR в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции PR.
39. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.
40. Основные международные Кодексы профессиональных стандартов в области PR.
41. Коммуникация как процесс и структура.
42. Информация и содержание информационного подхода в теории коммуникации.
43. Предмет политической коммуникации.
44. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
45. Понятие политического консалтинга.
46. Основные организационные структуры PR: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая PR-фирма, независимая международная компания, международная сеть агентств.
47. Задачи, функции, отделов и служб по PR в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.
48. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью.
49. Основные российские ассоциации специалистов в области PR.
50. Российские профессиональные издания в области PR.
51. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана.
52. Сущность и понятие имиджа: в рекламе, политике, связях с общественностью.
53. Основные составляющие имиджа.
54. Профессиональные требования к специалисту по PR.
55. Этика и профессиональные стандарты в «Связях с общественностью».
56. Субъекты и структура российского государственного PR – рынка.
57. Пресс-клиппинг как PR - технология.
58. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования
59. Оперативные рабочие информационные документы.
60. Служебные PR-документы.

#### **Критерий оценки:**

Оценка «отлично» / «зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи.

Оценка «хорошо» / «зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Базовые нормативно-правовые акты

используются, но в недостаточном объеме. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи.

Оценка «удовлетворительно» / «зачтено». Допускаются нарушения в последовательности изложения. Имеются упоминания об отдельных базовых нормативно-правовых актах. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи.

Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения норм литературной речи.

#### Шкала БРС

Итоговый семестровый рейтинг (S итог)	Академическая оценка	
60-70 баллов	зачтено	удовлетворительно
71-85 баллов		хорошо
86-100 баллов		отлично

**Разработчики:**



\_\_\_\_\_  
(подпись)

доцент, к.ф.н.  
(занимаемая должность)

\_\_\_\_\_  
(занимаемая должность)

М.В.Комарова  
(инициалы, фамилия)

\_\_\_\_\_  
(инициалы, фамилия)

Программа рассмотрена на заседании кафедры государственного и муниципального управления

(наименование)

«18» мая 2020 г.

Протокол № 10 Зав. кафедрой И.А. Журавлева



*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*

2020