

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Кафедра государственного управления



УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

государственного управления

Макарова Е.И.

«16»

09

2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Связи с общественностью в органах государственной власти»

Направление подготовки 41.03.05 Международные отношения

Профиль подготовки «Международные отношения»

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» по направлению подготовки 41.03.05 Международные отношения – 29 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 41.03.05 Международные отношения (утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «15» июня 2017 года № 555 (с изменениями и дополнениями).

СОСТАВИТЕЛЬ

ст. преп. Савченко Н.Н.

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры государственного управления «11» 04 2023 г., протокол № 16.

Заведующий кафедрой

Государственного управления _____ Макарова Е.И.

Переутверждена: « » _____ 2023 года, протокол № _____.

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: « » _____ 2023 года, протокол № _____.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии кафедры государственного управления «06» 04 2023 года, протокол № 8

Председатель учебно – методической комиссии

кафедры государственного управления _____ Волошинова Н.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – «Связи с общественностью в органах государственной власти» является формирование знаний в области теоретических основ связей с общественностью, получение методологических умений и практических навыков в технологиях управления в связях с общественностью, ознакомление с современными тенденциями управления связями с общественностью, а также формирование компетентностных навыков управленческой работы с общественным мнением в области коммуникативного взаимодействия как внутри организации, так и за ее пределами; привлечение внимания к институционально-правовым аспектам политики и в первую очередь к институтам государственной власти, управления, к принципам формирования и деятельности политических партий, общественных движений; иметь развёрнутые представления о сложном и разнообразном мире анализа реальных политических явлений и процессов, что будут являться необходимым ориентиром для анализа возникающих в современном обществе политических противоречий и конфликтов, послужат импульсом к собственным размышлениям и выводам.

Задачами данного курса является получение студентами:

- сформировать профессиональную компетенцию в сфере PR-деятельности в органах власти;
- сформировать знания, умения и навыки, необходимые для поддержания и развития связей государственных и муниципальных структур с целевой общественностью;
- выработать у бакалавров общий научный подход в понимании принципов PR-стратегии организации;
- сформировать умения и навыки в использовании технологий внутри и вне организационной PR-деятельности;
 - освоить и уметь применять основной понятийный аппарат;
 - уметь адекватно оценивать социальную и цивилизационную проблематику нынешнего времени;
 - получить навыки научно-системного анализа общественной реальности, социально-ответственного действия и поведения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Связи с общественностью в органах государственной власти» включена в учебный план ОПОП по направлению подготовки (бакалавриат, специалитет) в качестве дисциплины базовой части ОПОП (1 курс, 2 семестр). Концептуальное внедрение дисциплины в учебный план продиктовано необходимостью продолжения фундаментальной социально-гуманитарной подготовки, которая учит студентов ориентироваться в современной политической жизни, видеть варианты развития современного общества и мировых процессов, понимать назначение демократии как инструмента общественного развития, выработать активное и осознанное отношение к демократическим процедурам.

Курс «Связи с общественностью в органах государственной власти» является необходимой для освоения универсальной и профессиональных компетенций по направлению подготовки 41.03.05. Международные отношения, а также, самостоятельного занятия научно-исследовательской работой студента и написания выпускной квалификационной работы – магистерской диссертации.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
<p>ОПК-2. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-2.1. Использовать информационно-коммуникационные технологии и программные средства для поиска и обработки больших объёмов информации по поставленной проблематике на основе стандартов и норм, принятых в профессиональной среде, и с учётом требований информационной безопасности.</p>	<p>знать: теоретические основы связей с общественностью; методы исследований, планирования и анализа в связях с общественностью; современные средства коммуникации; принципы формирования системы управления и механизмы ее функционирования в связях с общественностью; уметь: использовать современные средства связи и информационные технологии для работы с информацией и принятия решений конкретных управленческих решений в сфере связей с общественностью; грамотно излагать (устно и письменно) свои мысли, результаты учебной и исследовательской работы; владеть: исследовательскими и прогностическими навыками; системным представлением о практической реализации технологий формирования и поддержания положительного имиджа организации; навыками управления коммуникационной политикой;</p>
	<p>ОПК-2.2. Самостоятельно каталогизировать накопленный массив информации и формировать структурированные и неструктурированные базы данных.</p>	
	<p>ОПК-2.3. Использовать качественный и количественный инструментарий обработки больших структурированной данных с целью выведения новой информации и получения содержательных выводов</p>	
<p>ПК-1. Способен применять ведущие теории международных отношения для оценки современных международных проблем</p>	<p>ПК-1.1. Применять ключевые понятия и категории международных отношений применительно к конкретной ситуации</p>	<p>знать: методы создания и поддержания имиджа организации и внутри корпоративной культуры; приемы и методы сбора, хранения и обработки информации; уметь: ориентироваться в существующем многообразии подходов к пониманию сущности и роли деятельности по связям с общественностью; владеть: методами систематизации данных; навыками формирования</p>
	<p>ПК-1.2. Выявлять основные допущения и ограничения, связанные с применением теории международных отношений к конкретно международной ситуации</p>	

	ПК-1.3. Интерпретировать основные положения теории международных отношений для выработки практических рекомендаций	системы управления и механизмов функционирования ее в связях с общественностью
--	---	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
	Очная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	180 (3 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего)	51
в том числе:	
Лекции	34
Семинарские занятия	-
Практические занятия	17
Лабораторные работы	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-
Самостоятельная работа студента (всего)	129
Форма аттестации	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Роль связей с общественностью в государственных структурах. Определение PR (Связи с общественностью), альтруистический, компромиссный, прагматический подходы к их классификации, суть PR-деятельности, функции и задачи PR, составные части PR, пропаганда, маркетинг, промоушен, паблисити, лоббирование, общие принципы и правила деятельности по связям с общественностью. Суть PR-деятельности. Функции и задачи PR. Составные части PR и другие, близкие виды деятельности. Общие принципы и правила деятельности по связям с общественностью.

Тема 2. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях.

Формирование и реализация информационной политики организации, формирование и реализация имиджевой политики организации. Принцип открытости. Гласность в работе органов власти непреложный атрибут государственного управления, и связи с общественностью выступают проводником и координатором политики открытости и доступности между властью и обществом, способствуя расширению, а не ограничению и цензуре знаний и представлений людей о деятельности госструктур. Принцип законности. Принцип оперативности. Оперативность в сообщениях и комментариях о значимых чрезвычайных происшествиях, социальных конфликтах, резонансных изменениях в системе государственного управления. Принцип конструктивности предполагает гибкое использование коммуникационных каналов, сочетание традиционных и новаторских методов в своей работе, использование бюрократических и

креативных форм деятельности. Принцип системности. Системность позволяет упорядочить работу связей с общественностью, сосредоточить внимание на главных направлениях и аспектах своей деятельности. Принцип взаимного уважения. Информационная функция - направлена на формирование и реализацию информационной политики, как одной из целей PR-деятельности в органах власти. Аналитическая функция - включает в себя определение необходимости проведения конкретного вида аналитического исследования, подходящего под уровень компетенции связей с общественностью на основе актуализации тематики такого исследования. Коммуникативная функция - предусматривает продуцирование, тиражирование различной информации (как в виде информационных продуктов, так и в виде имиджевых проектов) при осуществлении коммуникативных отношений с населением, а также целевыми аудиториями. Интегративная функция. Консультативно-методическая функция - заключается в необходимом консультировании по вопросам и проблемам организации и налаживания отношений с общественностью в целом и группами общественности, в частности (например, пенсионеры, бюджетники, политические оппозиционеры и пр.).

Пресс-служба - подразделение службы по связям с общественностью, нацеленное на решение информационной политики организации.

Тема 3. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах.

Понятие стратегического планирования. Стратегическое планирование представляет собой совокупность установленных управленческих действий, способствующих достижению поставленных перед коллективом целей. Этапы стратегического планирования : анализ и оценка внешней среды; анализ и оценка внутренней среды; анализ положительных и отрицательных элементов существующей системы управления; анализ стратегических альтернатив; выбор стратегии; формы, методы и способы реализации стратегии; оценка предлагаемой стратегии развития. Функциональная стратегия. Корпоративная стратегия. Результатом разумного стратегического планирования являются следующие показатели: общая программа, содействие и участие руководства организации и ведущих ее подразделений; тщательный выбор направлений деятельности. Процессы планирования. Виды и особенности планирования. Перспективное планирование. Оперативное планирование. Аналитическая работа отдела по связям с общественностью. Комплексные исследования, выборочные исследования, факторные, перспективные, оперативные, ситуационные исследования.

Тема 4. Организация работы со средствами массовой информации.

Характеристика современных задач в обеспечении информационной политики госструктур. Специальные мероприятия в отношениях со СМИ: пресс-конференция, пресс-тур, презентация. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий. Пресс-релизы, их назначение и особенности распространения. Материалы для непосредственной публикации в СМИ. Пресс-конференция способ передачи развернутой информации. Работа с радио и телевидением. Фактическая справка, заявление для прессы, авторская статья, обзорная статья. Базовые PR-документы в работе со СМИ: пресс-релиз, пресс-кит, интервью (виды интервью). Годовой отчет. Информационное письмо. Занимательная статья. Биография. Философия взаимоотношений со СМИ.

Тема 5. Особенности работы с интернет-коммуникациями.

Интернет как организационное средство при подготовке и организации гражданами общественно-политическими структурами политических акций. Современное функционирование общества в условиях доминирования разнообразных и динамично развивающихся информационно-коммуникационных технологий. Глобальная сеть

Интернет как специфическое интерактивное средство массовой коммуникации. Официальный сайт органа (учреждения) государственной власти в настоящее время является средством оперативной передачи соответствующей информации, связанной с деятельностью конкретной госструктуры. Формат официального сайта государственной структуры. Позиции сайта. Функциональные особенности официального сайта. Линейная, древовидная, решетчатая структура сайта. Работа с блогами. уровни доступа к записям на сайтах и блогах. Ведение интернет - дневников как способ личного пиара. Общий объем комментария в блоге. Правовое использование блогов и соцсетей. Работа с социальными сетями. Соцсети - как способ общения в государственных органах управления.

Тема 6. Социологическое исследование как инструмент политического PR.

Маркетинговые, экономические, социально-психологические, социологические исследования. Типы и виды выборки. Методы сбора информации: прямое наблюдение (сфера деятельности, правила и нормы, степень само регуляции объекта). Анализ документов. Клиппинг, мониторинг — дайджестирование, транскрибирование электронных СМИ. Контент-анализа — перевода массовой текстовой информации. Фокус-группа — метод сбора и анализа информации. Опросы как разновидность сбора информации. Анкетный опрос. Отчеты по результатам фокус - групп: письменный, устный. Обработка данных исследования. Структура отчета по итогам исследования.

Тема 7. Особенности политического консультирования в России.

Коммуникативные стратегии партий: цели, целевые аудитории, каналы, сообщения, коммуникативные средства. Виды коммуникативных стратегий партий. Корпоративный партийный сайт и блог. Партийная газета. Партийные коммуникативные акции и интеракции: съезд, информационно-коммуникационные кампании, митинги, демонстрации, пикеты. Взаимодействие партий и СМИ. Коммуникативные стратегии лидеров: цели, целевые аудитории, каналы, сообщения, коммуникативные средства. Субъекты избирательной кампании. Средства поддержания политического дискурса в избирательной кампании: агитационные, пропагандистские, рекламные, имиджевые, маркетинговые. Стратегия и тактика избирательной кампании. PR в избирательной кампании. Формула RACE.

Тема 8. Правительственный PR.

Правительственный PR. Понятие правительственного PR. Цель правительственного PR. Задачи и проблемы правительственного PR. Информирование граждан страны. Обеспечение активного участия граждан в государственных программах. Создание благоприятного имиджа государственных структур. PR первых лиц государства. Имидж страны. Проблема лоббизма в государстве. Функции и задачи лоббизма. Виды лоббизма. Правовая сторона деятельности лоббистов. Официальный и неофициальный лоббизм. Лоббизм в исполнительных и законодательных структурах государственной власти.

Тема 9. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти.

Различие управленческих задач государственных структур разного уровня. Центральные региональные и муниципальные органы власти. Особенности организации связей с общественностью в зависимости от задач, решаемых государственными структурами различного уровня. Функции органов исполнительной власти. Специфика организации связей с общественностью в органах исполнительной власти. Функции муниципальных органов власти. Цели и задачи связей с общественностью муниципальных органов власти. Различие в подходах к организации связей с общественностью в зависимости от типа силовой структуры.

Тема 10. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти.

Основные понятия корпоративной культуры. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика. Внутрикорпоративное информационное обеспечение. Формирование корпоративной сплоченности. Организация издания печатной продукции.

Тема 11. Организация и специфика внешне корпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти.

Работа с общественностью и целевыми аудиториями. Работа с внешними организациями. Организация и проведение SPECIAL EVENTS. Национальные проекты. Стратегия коммуникаций общества и государства. Понятие и структура государственной информационной политики. Инструментарий государственного PR: медиарилейшенз, интернет-коммуникации, организация специальных событий. PR-кампании. Организация прямых и обратных связей. Сущность, основные направления, задачи и принципы государственных связей с общественностью.

Тема 12. Особенности политической рекламы.

Понятие о политической рекламе. Что такое политическая реклама. Отличие политической рекламы от коммерческой. Функции политической рекламы. Виды политической рекламы: визуальная, аудиальная. Телевизионная реклама. Предмет, субъект, объект рекламы. Отличие политической рекламы от коммерческой. Классификация Ф. Котлера. Составляющие политической рекламы. Единство текста. Язык и стиль текста. Временной фактор рекламы. Имидж политика как составляющая рекламы. Имиджи политических врагов. Реклама в предвыборной кампании.

Тема 13. Политическая пропаганда: новые технологии.

Пропаганда и идеология. Манипуляции. Типология. Использование кинематографа в пропагандистской деятельности. Пропаганда как самостоятельная часть системы политических коммуникаций. Политическая реклама и агитация. Структура пропагандистского месседжа. Идеологические концепции в сфере политики. Пропаганда как оружие. Пропаганда и манипуляция. Типология пропаганды: позитивная, негативная, "архитектурная," разрушения, разделения, устрашения, отчаяния, героизма, просвещения. Цвет пропаганды.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов
		Очная форма
1.	Роль связей с общественностью в государственных структурах	2
2.	Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях	2
3.	Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	4
4.	Организация работы со средствами массовой информации	2
5.	Особенности работы с интернет - коммуникациями	4
6.	Социологическое исследование как инструмент политического PR.	4

7.	Особенности политического консультирования в России.	2
8.	Правительственный PR	2
9.	Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти.	2
10.	Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	2
11.	Организация и специфика внешне корпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	2
12.	Особенности политической рекламы	2
13.	Политическая пропаганда: новые технологии	4
Итого:		34

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов
		Очная форма
1.	Связи с общественностью в органах государственной власти и муниципального управления.	2
2.	Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	2
3.	Организация работы со средствами массовой информации	3
4.	Социологическое исследование как инструмент политического PR.	2
5.	Особенности работы с интернет - коммуникациями	2
6.	«Черный» пиар» - как способ политической борьбы	2
7.	Связи с общественностью в органах муниципальной власти.	2
8.	Организация и специфика внешней и внутренней корпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	2
Итого:		17

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ з/п.	Название темы	Вид СРС	количество часов
			очная
1.	Становление публичных рилейшнз как самостоятельной области знаний и сферы деятельности...	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	13
2.	Подходы к определению понятия «публичных рилейшнз».	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с	15

		индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	
3.	Связи с общественностью как наука и искусство достижения взаимопонимания: объект, субъект, принципы, функции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	15
4.	Особенности связей с общественностью в политике и государственном управлении.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	15
5.	Информация как административный ресурс.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	15
6.	Слухи в структуре общественного сознания.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	5
7.	Коммуникация как ключевое понятие теории и практики управления.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	13
8.	Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	8
9.	Организация работы со средствами массовой информации	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	8

10.	Особенности работы с интернет - коммуникациями	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	8
11.	Социологическое исследование как инструмент политического PR.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	8
12.	Правительственный PR	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
13.			129

4.7. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Связи с общественностью в органах государственной власти» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

В рамках преподавания дисциплины, наряду с классическими образовательными методиками, предполагающими обращение к таким формам работы, как лекции, семинары и коллоквиумы, необходимо и возможно использовать следующие образовательные технологии:

- открытые лекции, проблемные лекции и публичные дискуссии по разделам дисциплины и отдельным тематическим рубрикам её содержания;

- проведение сопроводительных научных конференций и олимпиад, связанных с тематикой дисциплины;

- прикладные мастерские (воркшопы) для совершенствования конкретных и специализированных навыков, в т.ч. в области политической грамотности, развития коммуникативных способностей, овладения переговорными техниками и пр.;

- деловые игры, работа с кейсами (кейс-стади) и техники сценарного моделирования;

- квесты, квизы, иные формы интерактивной работы по принципу викторины и интеллектуального конкурса;

- студенческие дебаты, «печа-куча»;

- анализ литературы и правовых актов, работа с источниками;

- доклады, «мозговой штурм» и проектная деятельность студентов;

- иммерсивные представления, спектакли, игры и перформансы, в т.ч. за пределами образовательных учреждений и организаций, - при содействии институтов культуры, просвещения, науки и образования;

просмотр актуальных обучающих и художественных видеоматериалов, в т.ч. специально спроектированных для преподавательских целей квалифицированными профессионалами в области социального знания.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Интервьюер и опрашиваемый как факторы общения Аксенов Д.В., Российские мифы, или Почему ежик ходит в тумане? / Аксенов Д.В., Борисова В.А. - М.: Академический Проект, 2020. - 128 с. (Психологические технологии) - ISBN 978-5-8291-2687-2 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126872.html>
2. Соболева Н.А., Идентичность Российского государства языком знаков и символов: эмблематики, геральдики, сфрагистики, вексиллологии / Соболева Н. А. - М.: Издательский дом "ЯСК", 2018. - 656 с. (Серия "Studia historica") - ISBN 978-5-907117-15-0 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785907117150.html>
3. Ивин А.А., Аргументация в процессах коммуникации. Pro et contra / Ивин А.А. - М.: Проспект, 2017. - 384 с. - ISBN 978-5-392-21071-8 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392210718.html>
4. Толочко, А.В. Политология : учебное пособие / А.В. Толочко. — 2-е изд., стер. — Москва: ФЛИНТА, 2019. — 133 с. — ISBN 978-5-9765-4131-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/121960>

б) дополнительная литература

1. Халиков М.И., Система государственного и муниципального управления : учеб. пособие / М.И. Халиков - М. : ФЛИНТА, 2019. - 448 с. (Серия "Государственное и муниципальное управление") - ISBN 978-5-9765-0218-5 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976502185.html> - Режим доступа: по подписке.
2. Минаева Л.В., Речь в мире политики: Монография / Л.В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2019. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0998-8 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709988.html>
3. Кирия И.В., История и теория медиа : учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова - М. : ИД Высшей школы экономики, 2018. - 426 с. - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814887>.
4. Новиков, Д.В. Связи с общественностью в политике: учебное пособие / Д.В. Новиков.— Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013. — 71 с
5. Шомова С.А., От мистерии до стрит-арта. Очерки об архетипах культуры в политической коммуникации / Шомова С.А. - М.: ИД Высшей школы экономики, 2018. - 264 с. - ISBN 978-5-7598-1471-9 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814719.html>
6. Чудинов А.П., Политическая лингвистика / Чудинов А.П. - М.: ФЛИНТА, 2018. - 255 с. - ISBN 978-5-89349-897-4 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893498974.html>

в) методические рекомендации:

г) интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/>
2. Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/sys/>
3. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – Режим доступа: URL: <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Связи с общественностью в органах государственной власти»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
ОПК-2. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Пороговый	знать: теоретические основы связей с общественностью; методы исследований, планирования и анализа в связях с общественностью; современные средства коммуникации; принципы формирования системы управления и механизмы ее функционирования в связях с общественностью;
	Базовый	уметь: использовать современные средства связи и информационные технологии для работы с информацией и принятия решений конкретных управленческих решений в сфере связей с общественностью; грамотно излагать (устно и письменно) свои мысли, результаты учебной и исследовательской работы;
	Высокий	владеть: исследовательскими и прогностическими навыками; системным представлением о практической реализации технологий формирования и поддержания положительного имиджа организации; навыками управления коммуникационной политикой
	Высокий	владеть: навыками управления коммуникационной политикой; навыками профессиональной аргументации;

ПК-1 Способен применять ведущие теории международных отношений для оценки современных международных проблем	Пороговый	знать: методы создания и поддержания имиджа организации и внутри корпоративной культуры; приемы и методы сбора, хранения и обработки информации; владеть: методами систематизации данных; навыками формирования системы управления и механизмов функционирования ее в связях с общественностью
	Базовый	уметь: ориентироваться в существующем многообразии подходов к пониманию сущности и роли деятельности по связям с общественностью;
	Высокий	владеть: методами систематизации данных; навыками формирования системы управления и механизмов функционирования ее в связях с общественностью

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины.

№ п / п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ОПК-2	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-2.1 Использовать информационно-коммуникационные технологии и программные средства для поиска и обработки больших объемов информации по поставленной проблематике на основе стандартов и норм, принятых в профессиональной среде, и с учётом требований информационной безопасности.	Тема 1. Роль связей с общественностью в государственных структурах. Тема 3. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах Тема 7. Особенности политического консультирования в России.	3

			<p>ОПК-2.2 Самостоятельно каталогизировать накопленный массив информации и формировать структурированные и неструктурированные базы данных</p>	<p>Тема 4 Организация работы со средствами массовой информации. Тема2. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях. Тема 12. Особенности политической рекламы</p>	
			<p>ОПК-2.3. Использовать качественный и количественный инструментарий обработки больших структурированной данных с целью выведения новой информации и получения содержательных выводов</p>	<p>Тема 3. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах Тема 5. Особенности работы с интернет коммуникациями</p>	
2.	ПК-1	Способен применять ведущие теории международных отношения для оценки современных международных проблем	<p>ПК-1.1. Применять ключевые понятия и категории международных отношений применительно к конкретной ситуации</p>	<p>Тема 6. Социологическое исследование как инструмент политического PR Тема 8 Правительственный PR</p>	
			<p>ПК-1.2. Выявлять основные допущения и ограничения, связанные с применением теории международных отношений конкретно международной ситуации</p>	<p>Тема10. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти Тема11. Организация и специфика внешне корпоративной</p>	

				<p>деятельности связей с общественностью в органах государственной</p>	
			<p>ПК-1.3. Интерпретировать основные положения теории международных отношений для выработки практических рекомендаций</p>	<p>Тема 9. Особенности связей с общественность в органах муниципальной власти. Тема 13. Политическая пропаганда: новые технологии</p>	

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п / п			Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	<p>ОПК-2. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-2.1. Использовать информационно-коммуникационные технологии и программные средства для поиска и обработки больших объёмов информации по поставленной проблематике на основе стандартов и норм, принятых в профессиональной среде, и с учётом требований информационной безопасности.</p>	<p>знать: теоретические основы связей с общественностью; методы исследований, планирования и анализа в связях с общественностью; уметь: использовать современные средства связи и информационные технологии для работы с информацией и принятия решений конкретных управленческих решений в сфере связей с общественностью; владеть: исследовательскими и прогностическими навыками; системным представлением о практической реализации технологий формирования и поддержания положительного имиджа организации; навыками управления коммуникационной политикой</p>	<p><i>Тема 1.</i> Роль связей с общественностью в государственных структурах. <i>Тема 3.</i> Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах</p>	<p>доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)</p>

		<p>ОПК-2.2. Самостоятельно каталогизировать накопленный массив информации и формировать структурированные и неструктурированные базы данных.</p>	<p>знать: современные средства коммуникации; принципы формирования системы управления и механизмы ее функционирования в связях с общественностью;</p> <p>уметь: с общественностью; грамотно излагать (устно и письменно) свои мысли, результаты учебной и исследовательской работы;</p> <p>владеть: исследовательскими и прогностическими навыками; системным представлением о практической реализации технологий формирования и поддержания положительного имиджа организации; навыками управления коммуникационной политикой</p>	<p>Тема 4 Организация работы со средствами массовой информации.</p> <p>Тема2. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях.</p> <p>Тема 12. Особенности политической рекламы</p>	<p>доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)</p>
		<p>ОПК-2.3. Использовать и качественный количественный инструментарий обработки больших структурированной</p>	<p>знать: теоретические основы связей с общественностью;</p> <p>уметь: использовать современные средства связи и информационные технологии для работы с информацией и принятия решений конкретных управленческих</p>	<p>Тема 3. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах</p> <p>Тема 5. Особенности работы с интернет коммуникациями</p>	

			<p>решений в сфере связей с общественностью; владеть: системным представлением о практической реализации технологий формирования и поддержания положительного имиджа организации;</p>		
2.	<p>ПК-1 Способен применять ведущие теории международных отношений для оценки современных международных проблем</p>	<p>ПК-1.1 Применять ключевые понятия и категории ограничений, связанные с применением международных отношений применительно к теории международной конкретной ситуации</p>	<p>знать: методы создания и поддержания имиджа организации и внутри корпоративной культуры; уметь: ориентироваться в существующем многообразии подходов к пониманию сущности и роли деятельности по связям с общественностью; владеть: методами систематизации данных; навыками формирования системы управления и механизмов функционирования ее в связях с общественностью</p>	<p>Тема 6. Социологическое исследование как инструмент политического PR Тема 8 Правительственный PR</p>	<p>доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)</p>
		<p>ПК-1.2 - Выявлять основные допущения и ограничения, связанные с применением международных отношений к конкретной международной ситуации</p>	<p>знать: методы создания и поддержания имиджа организации и внутри корпоративной культуры; уметь: ориентироваться в существующем многообразии подходов к пониманию сущности и роли деятельности по связям с общественностью; владеть: методами систематизации данных;</p>	<p>Тема10. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти Тема11. Организация и специфика внешне корпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной</p>	

		<p>ПК-1.3 Интерпретировать основные положения теории международных отношений для выработки практических рекомендаций.</p>	<p>знать: приемы и методы сбора, хранения и обработки информации; уметь: ориентироваться в существующем многообразии подходов к пониманию сущности и роли деятельности по связям с общественностью; владеть: навыками формирования системы управления и механизмов функционирования ее в связях с общественностью</p>	<p>Тема 9. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти. Тема 13. Политическая пропаганда: новые технологии</p>	
--	--	--	--	---	--

1. Типовые тестовые задания

(пороговый уровень)

1. Кто впервые официально употребил выражение «паблик рилейшнз»?

- а) С. Блэк;
- б) А. Линкольн;
- в) Т. Джефферсон.

2. Какую информацию содержали бюллетени в период правления Юлия Цезаря?

- а) информацию о том, как происходили военные походы, какие были потери;
- б) информацию с критикой видных политических деятелей;
- в) позитивную информацию о принимаемых «наверху» решениях.

3. Какой компонент не является основным в процессе делового общения?

- а) умение вести себя;
- б) умение видеть и слышать партнера;
- в) умение «заговорить» партнера.

4. Продолжите фразу: «Коммуникация достигает максимальной эффективности, если...»

- а) постоянно повторяется;
- б) использует традиционные каналы передачи информации;
- в) требует минимум усилий со стороны целевой аудитории.

5. Что является важным фактором эффективной деловой коммуникации?

- а) выбор поведения;
- б) выбор собеседника;
- в) выбор стиля делового общения.

Методические рекомендации:

При использовании формы текущего контроля «Тестирование» студентам могут предлагаться задания на бумажном носителе.

Поскольку оценивание результатов тестирования напрямую зависит от абсолютного количества вопросов в конкретном тесте, представленная ниже таблица фиксирует критерии оценивания в относительном представлении:

Доля верных ответов	Оценка	Число рейтинговых баллов(если тестирование выполняет функцию контроля освоения материала, учитываемого при использовании рейтинговой системы)
0-50	2	0
51-65	3	2
66-80	4	4
81-100	5	6

2. Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений) (пороговый уровень)

1. Взаимоотношения СМИ, общества и государства в современной России.
2. Власть и СМИ: федеральный и региональный аспекты.
3. Государство и СМИ: варианты и модели взаимоотношений.
4. Измерение избирательных систем.
5. Исполнительная власть и бизнес: модели взаимодействия.
6. Исполнительная власть и государственное управление.
7. Использование PR-технологий в конструировании имиджа политика (партии).
8. Коммуникации политической системы.
9. Коммуникация как современная форма политической жизни.
10. Коррупция в современной России: состояние, тенденции, методы борьбы.
11. Коррупция как неформальный институт.
12. Манипулятивные стратегии политической рекламы.
13. Массовая коммуникация в избирательной кампании.
14. Медиа-планирование в системе политической рекламной кампании.
15. Место и роль СМИ в современной политике.
16. Методы и контр методы политического PR.
17. Многообразие форм и видов политической рекламы.
18. Нормативные и поисковые прогнозы в политике.
19. Образ идеального лидера в массовом сознании российского общества.
20. Особенности формирования и продвижения политического имиджа в процессе проведения избирательной кампании.
21. Перспективы Интернет в российской политике.
22. Планирование и управление избирательными кампаниями.
23. Политическая реклама и политическое мифотворчество.
24. Политическая символика.
25. Политические мифы, стереотипы и символы как элементы политической культуры и формы массовой коммуникации.
26. Политический абсентеизм российской молодежи.
27. Политический режим в современной России.
28. Политическое влияние и политическое манипулирование как методы осуществления власти.
29. Политическое лидерство в демократическом обществе.
30. Политическое лидерство в российском контексте: специфические черты и

особенности.

31. Региональные элиты современной России.
32. Рекламные кампании в российской политике.
33. Средства массовой информации в демократическом обществе.
34. Становление и развитие политического PR.
35. Стратегия проведения политической рекламной кампании.
36. Инструменты и технологии манипулирования в связях с общественностью.
37. Правила успешного позиционирования и индивидуального продвижения (само маркетинг) в Интернет среде.
38. Ньюсмейкер, журналист, пул – формы взаимодействия в практической деятельности связей с общественностью.
39. Профессиональные организации по связям с общественностью: Американское общество паблик рилейшнз PRSA.
40. Профессиональные организации по связям с общественностью: Канадское общество паблик рилейшнз CPRS.
41. Этические кодексы и правовое обеспечение PR-деятельности.
42. Профессиональные организации по связям с общественностью: Институт паблик рилейшнз Великобритании (IPR).
43. Профессиональные организации по связям с общественностью: Ассоциация консультантов в области паблик рилейшнз Великобритании (PRCA).
44. Профессиональные организации по связям с общественностью: Российская ассоциация по связям с общественностью.
45. Профессиональные организации по связям с общественностью: Международная ассоциация паблик рилейшнз (IPRA).
46. PR-специалист как профессия: система подготовки и повышения квалификации PR.
47. Задачи и основные функции службы по связям с общественностью в организации.
48. Модели и функции политического PR.
49. Специализированные агентства по связям с общественностью: их преимущества и ограничения.
50. Избирательные кампании как специфический вид связей с общественностью.
51. Социально-этические и профессиональные стандарты PR-специалиста.

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«доклад, сообщение»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен(о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен(о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил)

Критерии оценивания реферата / проекта / эссе / письменной работы

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике, документ оформлен в соответствии с общими требованиями написания и техническими требованиями; работа имеет чёткую композицию и структуру, в тексте отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены, как минимум, сноски и ссылки на использованную литературу; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; письменная работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты некорректных заимствований.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике; работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания, но есть погрешности в техническом оформлении; письменная работа имеет чёткую композицию и структуру; в тексте работы отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; письменная работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты некорректных заимствований.

Оценка «удовлетворительно», если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике; в целом работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания соответствующих текстов, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом письменная работа имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте работы; есть единичные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; в целом письменная работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, присутствуют единичные случаи незначительных по содержанию некорректных заимствований.

Оценка «неудовлетворительно», если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике; в работе отмечены нарушения общих требований её написания; есть погрешности в техническом оформлении; в целом письменная работа имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте письменной работы; есть частые орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; письменная работа не представляет собой самостоятельного исследования, отсутствует анализ найденного материала, текст фрагментарно представляет собой некорректные заимствования трудов другого автора (других авторов).

3. Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Российский опыт становления и развития связей с общественностью.
2. Понятие системы государственных органов. Место связей с общественностью в органах власти.
3. Цели и принципы деятельности с общественностью в органах власти.
4. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти.
5. Структура PR-службы госучреждения.
6. Понятие стратегического планирования. Процессы планирования.
7. Виды и особенности планирования.
8. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью. Уровни проведения аналитических исследований.
9. Характеристика современных задач в обеспечении информационной политики госструктур.
10. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ. Взаимодействие с печатными изданиями.
11. Противодействие негативной информации СМИ. Виды негативной информации.
12. Особенности работы с интернет - коммуникациями.
13. Организация и ведение официального сайта. Функциональные особенности.
14. Работа с блогами. Уровни доступа. Премодерация.
15. Работа с социальными сетями. Особенности позиционирования органов власти в социальных сетях.
16. Работа с общественностью и целевыми аудиториями. Сущность внешне корпоративной работы в органах власти.
17. PR в управлении кризисными ситуациями. Требования к информации, предоставляемой в ходе кризисов.
18. Организация и проведение SPECIAL EVENTS .
19. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти. Основные понятия корпоративной культуры
20. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика.
21. Организация и издания печатной продукции.
22. Необходимость и значение осуществления PR-проектов в органах государственной власти.
23. Особенности реализации PR-проектов в органах государственной власти.
24. Отличия реализации PR-проектов в органах власти и коммерческих структурах.
25. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти .
Общая характеристика
26. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления.
27. Организация PR-деятельности в администрации муниципальной власти.
28. Организация и правила проведения публичных выступлений.
29. Управление PR-коммуникациями: система RACE.
30. Фандрайзинг и спонсорство как сферы деятельности публичных рилейнз.

31. Основные этапы развития рекламы в России и за рубежом.
32. Понятие «реклама»: определение, функции, классификация.
33. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
34. Главные функции и задачи организации работы современной пресс-службы.
35. Сравнительная характеристика специфики PR-отделов в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественных организациях.
36. PR-текст как разновидность текстов массовой коммуникации.
37. Пресс-релиз как PR-жанр. Виды пресс-релизов.
38. Пресс-конференции, конференции и презентации: сходство и различия.
39. Интервью как PR-жанр. Правила подготовки и подачи интервью для прессы.
40. Пресс-кит (медиа-кит) как форма передачи PR-материалов для СМИ. Состав медиа-кита.
41. Типология PR-текстов и основания для их жанровой классификации.
42. Характеристики PR-текстов, делающие их привлекательными для СМИ.
43. Принципы взаимодействия PR-специалистов и журналистов.
44. Выставки, особенности их подготовки и проведения.
45. Социологическое исследование как инструмент политического PR.
46. Типы и виды выборки. Методы сбора информации.
47. Анализ документов. Формы аналитических документов социологических исследований.
48. PR-технологии в избирательных кампаниях.
49. Пропаганда и агитация. Теория «Диффузных идей» Э. Роджерса.
50. Консалтинг в PR как понятие. Его основные виды. Функциональная роль и место PR-консультантов.
51. Роль Э.Бернайза в становлении и развитии связей с общественностью.
52. Особенности профессии «спин-доктор», «копирайтер», «спичрайтер», «фрилансер», «продюсер» в PR-деятельности. (на выбор)
53. Специфика PR-деятельности в различных отраслях экономики и в некоммерческом секторе.
54. Задачи и основные функции PR-службы в современной организации.
55. Технологии эффективной коммуникации в связях с общественностью.
56. Миф и мифодизайн в связях с общественностью: возникновение и развитие.
57. Корпоративная философия и фирменная история в развитии компании по связям с общественностью.
58. Способы воздействия на целевую аудиторию с помощью цветных PR-технологий.
59. Сферы PR-деятельности в коммуникативном пространстве: политические PR (избирательные компании).
60. Сферы PR-деятельности в коммуникативном пространстве: государственные PR.
61. Понятие Government Relations. Необходимость и сущность лоббирования.

Критерии оценивания ответа студента в рамках устной формы текущей аттестации

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, системно показана совокупность освоенных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Ответ формулируется при помощи научного категориально-понятийного аппарата, изложен последовательно, логично, доказательно, демонстрирует авторскую позицию студента.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен последовательно, логично и доказательно, однако допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен научным языком. Могут быть допущены 2-3 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.

Критерии оценивания ответа в рамках промежуточной аттестации (экзамен)

Основой для определения оценки на зачете служит объём и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой соответствующей дисциплины. При определении требований к оценкам по дисциплинам с преобладанием теоретического обучения предлагается руководствоваться следующим:

оценки «отлично» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка

«отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных содержательных элементов дисциплины, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;

оценки «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности не принципиального характера в ответе на зачете и при выполнении зачетных заданий;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему

принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка

«неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Связи с общественностью в органах государственной власти» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 41.03.05 Международные отношения.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии кафедры государственного управления  Волошинова Н. А.