

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС  
Факультет государственного и муниципального управления  
Кафедра политических наук и технологий

УТВЕРЖДЕНА  
кафедрой политических наук и  
технологий  
Протокол от «30» августа 2019 г. №7

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ**

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ  
ВЛАСТИ**

(Б1.В.07)

краткое наименование дисциплины – СОВОВ

по направлению подготовки: 38.03.04 Государственное муниципальное  
управление

направленность (профиль): «Современное государственное и муниципальное  
управление»

квалификация: Бакалавр

формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Год набора - 2020

Новосибирск, 2019

**Автор – составитель:**

к.и.н., доцент, декан факультета ПиМО С.В. Козлов

**Заведующий кафедрой политических наук и технологий:**

к.и.н., доцент А.Ю.Мальшев

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО .....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине .....	10
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ....	22
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	22
6.1. Основная литература .....	26
6.2. Дополнительная литература. ....	26
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы .....	26
6.4. Нормативные правовые документы .....	27
6.5. Интернет-ресурсы. ....	27
6.6. Иные источники .....	28
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	30

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.10 «Связи с общественностью в органах власти» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-10	Способность к взаимодействиям в ходе служебной деятельности в соответствии с этическими требованиями к служебному поведению	ПК-10.1 на очной, очно-заочной, заочной, заочной с применением ЭО, ДОТ формах обучения	Способность к использованию этических норм в служебной деятельности
ПК-11	Владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	ПК-11.1 на очной, очно-заочной формах обучения  ПК 11.2 на заочной, заочной с применением ЭО, ДОТ формах обучения	Способность к формированию имиджа государственной и муниципальной службы Способность продвигать имидж государственной и муниципальной службы

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
соблюдать нормы профессиональной этики и делового общения	ПК-10.1 на очной, очно-заочной, заочной, заочной с применением ЭО, ДОТ формах обучения	на уровне знаний: принципы построения речи и способы коммуникативного взаимодействия с различными типами слушателей; этические требования к служебному поведению специалиста по связям с общественностью в органах ГМУ; на уровне умений: использовать навыки взаимодействия в условиях межличностной коммуникации в процессе реализации компетенций специалиста по связям с общественностью; взаимодействовать в соответствии с этическими требованиями; составлять и произносить публичную речь во всех ее жанровых

		разновидностях в соответствии с поставленной целью и характером речевой ситуации; на уровне навыков: технологиями связей с общественностью органов ГМУ; навыками соблюдения этических требований; навыками публичного выступления в учетом жанра, стиля и ситуации общения;
применять технологии связей с общественностью в профессиональной деятельности	ПК-11.1 на очной, очно-заочной формах обучения ПК 11.2 на заочной, заочной с применением ЭО, ДОТ формах обучения	на уровне знаний: основные методы формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы; основные научные теории общественного мнения и имиджа; теоретические и методологические основы речевой коммуникации; на уровне умений: оценивать эффективность позиционирования органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, результатов служебной деятельности государственных и муниципальных служащих; обеспечивать транспарентность, открытость, доступность общественному контролю деятельности государственных и муниципальных служащих; формировать общественное мнения различных целевых аудиторий органа публичной власти; на уровне навыков: основными технологиями формирования и продвижения, поддержки имиджа государственной и муниципальной службы; основными технологиями формирования общественного мнения о деятельности государственных и муниципальных служащих; основными технологиями формирования и продвижения имиджа органа публичной власти;

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ОД.10 «Связи с общественностью в органах власти» составляет 3 зачетных единицы.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся:

- *очная форма обучения*: 58 час. (14 час. лекций, 44 час. семинарских занятий), на самостоятельную работу обучающихся – 50 час.

- *очно-заочная форма обучения*: 18 час. (8 час. лекций, 10 час. семинарских занятий), на самостоятельную работу обучающихся – 90 час.

- *заочная форма обучения*: 12 час. (4 час. лекций, 8 час. семинарских занятий), на самостоятельную работу обучающихся – 92 час.

- *заочная форма обучения с применением ЭО, ДОТ*: 12 час. (4 час. лекций, 8 час.

семинарских занятий), на самостоятельную работу обучающихся – 92 час.

### Место дисциплины

Дисциплина Б1.В.ОД.10 «Связи с общественностью в органах власти» изучается студентами очной формы обучения на 3 курсе (1 семестр); очно-заочной формы обучения – на 3 курсе (во 2 семестре); заочной формы на 4 курсе (1,2 семестр), заочной формы обучения с применением ЭО, ДОТ на 4 курсе (1 семестр).

### 3.Содержание и структура дисциплины

Таблица 3

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости <sup>1</sup> , промежуточной Аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			л/эо, дот <sup>2</sup>	лр/эо, дот <sup>3</sup>	пз/эо, дот <sup>3</sup>	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
<b>Раздел 1.</b>	<b>Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность</b>	<b>62</b>	<b>8</b>		<b>24</b>		<b>30</b>	
Тема 1.1.	Связи с общественностью как информационно-коммуникативная деятельность	11	1		4		6	О
Тема 1.2.	Особенности связей с общественностью в органах власти	9	1		4		4	УО
Тема 1.3.	Последовательность планирования и реализации PR-кампании	9	1		4		4	ПК
Тема 1.4.	Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения	9	1		4		4	УО
Тема 1.5.	Второй этап (Action): разработка программы и сметы	9	1		4		4	О
Тема 1.6.	Третий этап (Communication): действие и коммуникация	8	2		2		4	УО
Тема 1.7.	Четвертый этап (Evaluation): оценка	7	1		2		4	Дд
<b>Раздел 2.</b>	<b>Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества,</b>	<b>46</b>	<b>6</b>		<b>20</b>		<b>20</b>	

<sup>1</sup> Формы текущего контроля успеваемости: устный опрос (УО), тестирование (Т), контрольная работа (КР), доклад (Дд), проверка конспектов (ПК) и др.

<sup>2</sup> При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом

Тема 2.1.	Общие правила отношений со СМИ	9	1		4		4	ПК
Тема 2.2.	Материалы для прессы	10	2		4		4	УО
Тема 2.3.	Мероприятия, организуемые для журналистов	9	1		4		4	О
Тема 2.4	Целевые аудитории связей с общественностью в органах власти	9	1		4		4	УО
Тема 2.5.	Событийный маркетинг	9	1		4		4	Дд
<b>Промежуточная аттестация</b>								<b>Зачёт</b>
Всего:		<b>108</b> <b>3</b> <b>81</b>	<b>14</b> <b>10,5</b>		<b>44</b> <b>33</b>		<b>50</b> <b>37,5</b>	<b>ак.ч.</b> <b>з.е.</b> <b>ас.ч.</b>

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости <sup>3</sup> , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			л/эо, дот <sup>4</sup>	лр/эо, дот <sup>3</sup>	пз/эо, дот <sup>3</sup>	КСР		
<i>Очно-заочная форма обучения</i>								
<b>Раздел 1.</b>	<b>Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность</b>	<b>60</b>	<b>4</b>		<b>6</b>		<b>50</b>	
Тема 1.1.	Связи с общественностью как информационно-коммуникативная деятельность		1					О
Тема 1.2.	Особенности связей с общественностью в органах власти		1		1			УО
Тема 1.3.	Последовательность планирования и реализации PR-кампании		1		1			ПК
Тема 1.4.	Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения		1		1			УО
Тема 1.5.	Второй этап (Action): разработка программы и сметы				1			О
Тема 1.6.	Третий этап (Communication): действие и коммуникация				1			УО

<sup>3</sup> Формы текущего контроля успеваемости: устный опрос (УО), тестирование (Т), контрольная работа (КР), доклад (Дд), проверка конспектов (ПК) и др.

<sup>4</sup> При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом

Тема 1.7.	Четвертый этап (Evaluation): оценка				1			Дд
<b>Раздел 2.</b>	<b>Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества,</b>	<b>48</b>	<b>4</b>		<b>4</b>		<b>40</b>	
Тема 2.1.	Общие правила отношений со СМИ	9	1				8	ПК
Тема 2.2.	Материалы для прессы	10	1		1		8	УО
Тема 2.3.	Мероприятия, организуемые для журналистов	10	1		1		8	О
Тема 2.4	Целевые аудитории связей с общественностью в органах власти	10	1		1		8	УО
Тема 2.5.	Событийный маркетинг	9			1		8	Дд
<b>Промежуточная аттестация</b>								<b>Зачёт</b>
Всего:		<b>108</b>	<b>8</b>		<b>10</b>		<b>90</b>	<b>ак.ч.</b>
		<b>3</b>	<b>6</b>		<b>7,5</b>		<b>67,5</b>	<b>з.е.</b>
		<b>81</b>						<b>ас.ч.</b>

Таблица 5

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости <sup>5</sup> , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			л/эо, дот <sup>6</sup>	лр/эо, дот <sup>3</sup>	пз/эо, дот <sup>3</sup>	КСР		
<i>Заочная форма обучения</i>								
<b>Раздел 1.</b>	<b>Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность</b>	<b>58</b>	<b>2</b>		<b>4</b>		<b>52</b>	
Тема 1.1.	Связи с общественностью как информационно-коммуникативная деятельность	11	1				10	О
Тема 1.2.	Особенности связей с общественностью в органах власти	8	1				7	УО
Тема 1.3.	Последовательность планирования и реализации PR-кампании	8			1		7	ПК
Тема 1.4.	Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения	8			1		7	УО

<sup>5</sup> Формы текущего контроля успеваемости: устный опрос (УО), тестирование (Т), контрольная работа (КР), доклад (Дд), проверка конспектов (ПК) и др.

<sup>6</sup> При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом



Тема 1.5.	Второй этап (Action): разработка программы и сметы	8			1		7	О
Тема 1.6.	Третий этап (Communication): действие и коммуникация	8			1		7	УО
Тема 1.7.	Четвертый этап (Evaluation): оценка	7					7	Дд
<b>Раздел 2.</b>	<b>Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества,</b>	<b>46</b>	<b>2</b>		<b>4</b>		<b>40</b>	
Тема 2.1.	Общие правила отношений со СМИ	9	1				8	ПК
Тема 2.2.	Материалы для прессы	10	1		1		8	УО
Тема 2.3.	Мероприятия, организуемые для журналистов	10			1		8	О
Тема 2.4	Целевые аудитории связей с общественностью в органах власти	9			1		8	УО
Тема 2.5.	Событийный маркетинг	9			1		8	Дд
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>4</b>					<b>4</b>	<b>Зачёт</b>
Всего:		<b>108</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>4</b>	<b>92</b>	<b>ак.ч.</b>
		<b>3</b>	<b>3</b>		<b>6</b>	<b>3</b>	<b>69</b>	<b>з.е.</b>
		<b>81</b>			<b>6</b>	<b>3</b>	<b>69</b>	<b>ас.ч.</b>

Таблица 6

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.				СР	Форма текущего контроля успеваемости <sup>7</sup> , промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			л/эо, <sup>8</sup> ДОТ <sup>8</sup>	лр/эо, ДОТ <sup>3</sup>	пз/эо, ДОТ <sup>3</sup>			КСР
<i>Заочная форма обучения с применением ЭО, ДОТ</i>								
<b>Раздел 1.</b>	<b>Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность</b>	<b>58</b>	<b>2</b>		<b>4</b>		<b>52</b>	Электронный семинар-1
Тема 1.1.	Связи с общественностью как информационно-коммуникативная деятельность	11	1				10	
Тема 1.2.	Особенности связей с общественностью в органах власти	8	1				7	

<sup>7</sup> Формы текущего контроля успеваемости: устный опрос (УО), тестирование (Т), контрольная работа (КР), доклад (Дд), проверка конспектов (ПК) и др.

<sup>8</sup> При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом

Тема 1.3.	Последовательность планирования и реализации PR-кампании	8			1		7	
Тема 1.4.	Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения	8			1		7	
Тема 1.5.	Второй этап (Action): разработка программы и сметы	8			1		7	
Тема 1.6.	Третий этап (Communication): действие и коммуникация	8			1		7	
Тема 1.7.	Четвертый этап (Evaluation): оценка	7					7	
<b>Раздел 2.</b>	<b>Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества,</b>	<b>46</b>	<b>2</b>		<b>4</b>		<b>40</b>	Электронный семинар-2
Тема 2.1.	Общие правила отношений со СМИ	9	1				8	
Тема 2.2.	Материалы для прессы	10	1		1		8	
Тема 2.3.	Мероприятия, организуемые для журналистов	10			1		8	
Тема 2.4	Целевые аудитории связей с общественностью в органах власти	9			1		8	
Тема 2.5.	Событийный маркетинг	9			1		8	
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>4</b>					<b>4</b>	<b>Зачёт</b>
Всего:		<b>108</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>4</b>	<b>92</b>	<b>ак.ч.</b>
		<b>3</b>						<b>з.е.</b>
		<b>81</b>	<b>3</b>		<b>6</b>	<b>3</b>	<b>69</b>	<b>ас.ч.</b>

## Содержание дисциплины

### Раздел 1. Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность

**Тема 1.1. Связи с общественностью как информационно-коммуникативная деятельность.** Связи с общественностью (PR): понятие, место и функции в системе социального управления. Актуальное понятие связей с общественностью. Базисные и технологические субъекты PR-коммуникации. Понятие общественности. Цель и задачи связей с общественностью. Основные трактовки PR: альтруистическая, компромиссная и прагматическая. Модели PR-коммуникации Дж Грюнига: пресс-агентства/паблисити, информирования общественности, двусторонняя асимметричная, двусторонняя симметричная. Функции связей с общественностью: аналитико-прогностическая, организационно-

технологическая, информационно-коммуникативная, консультационно-методическая и социально-гуманистическая. Отличия PR от рекламы.

**Тема 1.2. Особенности связей с общественностью в органах власти.** Специфика государственного и муниципального PR. Отличия PR-технологий в сфере государственного и муниципального управления от бизнес-PR. Компоненты связей с общественностью в органа власти. Функции государственного и муниципального PR. Организационные структуры связей с общественностью в органах власти: пресс-секретарь, пресс-центр, отдел по работе с прессой, PR-служба (департамент/управление информации). Функции отдельных структурных подразделений PR-службы: отделов по связям с политическими партиями и по связям с общественными организациями, информационно-аналитической службы, общественной приёмной, телевизионного, радио- и фотоотдела.

**Тема 1.3. Последовательность планирования и реализации PR-кампании.** Звенья PR-механизма: базисный субъект PR, PR-посредник, послание, каналы передачи информации, коммуникативные барьеры, целевые аудитории. Логика PR-процесса. Условия успешности PR-коммуникации. Формула RACE как один из самых известных проектных подходов к PR-деятельности.

**Тема 1.4. Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения.** Мониторинг социального окружения как первый шаг в процессе PR-коммуникации. Роль исследований в PR-деятельности. Задачи, решаемые исследованиями. Последовательность действий по изучению социального окружения. Понятие проблемы в PR-практике. Аналитическое досье и его структура. Социологические исследования. Теоретический и прикладной анализ. Количественные и качественные исследования. Техническое задание. Анкетный опрос. Последовательность смысловых разделов анкеты. Фокус-группа. Глубинное интервью. Информационный и коммуникационный аудит.

**Тема 1.5. Второй этап (Action): разработка программы и сметы.** Стратегическое планирование. Общее и специальное планирование. Определение целей и задач. Задачи выхода и задачи влияния. Информационные, установочные и поведенческие задачи. Определение целевых и ключевых аудиторий. Внешние и внутренние аудитории. Ключевые аудитории. Лидеры мнений. Определение целевых СМИ. Целевые СМИ как каналы коммуникации, связывающие PR-субъект с целевыми аудиториями. Деление СМИ по степени значимости. Составление рабочего плана. Целевой или проектный вариант рабочего плана.

**Тема 1.6. Третий этап (Communication): действие и коммуникация.** Метод создания специальных событий. Преимущества метода создания специальных событий. Виды специальных событий. Составление сообщения. Принципы составления сообщения. Приёмы преодоления расхождения между организацией как источником послания и установками целевых аудиторий. Факторы отбора новостей по Никласу Луману. Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации. Метод третьей партии.

**Тема 1.7. Четвертый этап (Evaluation): оценка.** Количественные и качественные методы оценки эффективности. Параметры количественного анализа. Прикладной метод к измерению эффективности. Оценка эффективности отдельных PR-инструментов. Оценка распространения пресс-релизов, поведения пресс-конференций и корпоративных мероприятий. Нормативные параметры измерения PR-эффективности деятельности органов власти.

## **Раздел 2. Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами**

**Тема 2.1. Общие правила отношений со СМИ.** Медиарилейшнз: управление СМИ и управление информацией. Понятие медиарилейшнз. Управление СМИ как использования административно-правовых регуляторов и ресурсов. Этапы управления информацией: формирование собственного информационного потока; сегментирование информационного потока, подача акцентированной информации; приоритетная поставка информации, информационное партнерство; оптимизация формы и стиля подачи материалов. Производство новостей. Смысловая и повествовательная концепции новостного производства. Основной и дополнительный вес новости.

**Тема 2.2. Материалы для прессы.** Пресс-релиз или информационное сообщение. Достоинства пресс-релиза как новостного жанра. Общие требования к пресс-релизу. Структурные элементы пресс-релиза: вводная часть, основная часть, служебная часть. Заголовок пресс-релиза и требования к нему. Лид-абзац (подзаголовок) как краткое содержание новости. Принцип перевернутой пирамиды. Требования к основному тексту пресс-релиза. Бэкграундер. Технические правила оформления пресс-релиза. Анонсирующий и новостной пресс-релизы. Правила размещения пресс-релизов. Другие виды первичных текстов для СМИ: информационное письмо (бэкграундер), биография, факт-лист, лист вопросов-ответов, заявление, именная статья, письмо и поздравление. Медiateксты: фичер, кейс-история, обзорно-аналитическая статья, интервью

**Тема 2.3. Мероприятия, организуемые для журналистов.** Пресс-конференция как PR-мероприятие. Преимущества пресс-конференции. Этапы подготовки и проведения пресс-конференции. Планирование и оповещение. Подготовка к пресс-конференции. Функциональные роли участников пресс-конференции. Рекомендации по ведению пресс-конференции. Пресс-клипинг. Брифинг. Пресс-тур. Мероприятия, специально для прессы не предназначенные.

**Тема 2.4. Целевые аудитории связей с общественностью в органах власти.** Цели и задачи информационно-аналитической деятельности в публичной сфере. Проблемы оценки эффективности деятельности пресс-служб. Качественные и количественные методы сбора информации. Социологические опросы и фокус-группы как методы изучения общественного мнения: основные принципы и особенности применения. Фигура модератора и его задачи в проведении фокус-групп.

**Тема 2.5. Событийный маркетинг.** Событийный маркетинг как совокупность технологий, направленных на продвижение организации. Специальные события. Задачи, решаемые специальными событиями. Технологии подготовки публичных мероприятий. Семинар. Конференция. «Круглый стол». Презентация. Проведение выставок. Церемонии открытия. Дни открытых дверей. Экскурсия. Общественные слушания. Досуговые мероприятия. Технология подготовки речей (спичрайтинг). Информационные кампании по продвижению территорий.

#### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

##### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации**

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.10 «Связи с общественностью в органах власти» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Для проведения занятий по очной, очно-заочной и заочной формам обучения

Таблица 7

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1.	Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность	
Тема 1.1.	Связи с общественностью как информационно-коммуникативная деятельность	Устный опрос

Тема 1.2.	Особенности связей с общественностью в органах власти	Устный опрос
Тема 1.3.	Последовательность планирования и реализации PR-кампании	Проверка конспектов
Тема 1.4.	Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения	Устный опрос
Тема 1.5.	Второй этап (Action): разработка программы и сметы	Устный опрос
Тема 1.6.	Третий этап (Communication): действие и коммуникация	Устный опрос
Тема 1.7.	Четвертый этап (Evaluation): оценка	Доклад
<b>Раздел 2.</b>	<b>Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами</b>	
Тема 2.1.	Общие правила отношений со СМИ	Проверка конспектов
Тема 2.2.	Материалы для прессы	Устный опрос
Тема 2.3.	Мероприятия, организуемые для журналистов	Устный опрос
Тема 2.4.	Целевые аудитории связей с общественностью в органах власти	Устный опрос
Тема 2.5.	Событийный маркетинг	Доклад

Для проведения занятий по заочной форме обучения с применением ЭО, ДОТ

Таблица 8

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
<b>Раздел 1.</b>	<b>Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность</b>	
Тема 1.1.	Связи с общественностью как информационно-коммуникативная деятельность	Письменные ответы на вопросы электронного семинара
Тема 1.2.	Особенности связей с общественностью в органах власти	Письменные ответы на вопросы электронного семинара
Тема 1.3.	Последовательность планирования и реализации PR-кампании	Письменные ответы на вопросы электронного семинара
Тема 1.4.	Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения	Письменные ответы на вопросы электронного семинара
Тема 1.5.	Второй этап (Action): разработка программы и сметы	Письменные ответы на вопросы электронного семинара

Тема 1.6.	Третий этап (Communication): действие и коммуникация	Письменные ответы на вопросы электронного семинара
Тема 1.7.	Четвертый этап (Evaluation): оценка	Письменные ответы на вопросы электронного семинара
<b>Раздел 2.</b>	<b>Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами</b>	
Тема 2.1.	Общие правила отношений со СМИ	Письменные ответы на вопросы электронного семинара
Тема 2.2.	Материалы для прессы	Письменные ответы на вопросы электронного семинара
Тема 2.3.	Мероприятия, организуемые для журналистов	Письменные ответы на вопросы электронного семинара
Тема 2.4	Целевые аудитории связей с общественностью в органах власти	Письменные ответы на вопросы электронного семинара
Тема 2.5.	Событийный маркетинг	Письменные ответы на вопросы электронного семинара

- 4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачёта:
- на основе использования балльно-рейтинговой системы (очная, очно-заочная и заочная форма обучения);
  - на основе электронного тестирования с использованием специализированного программного обеспечения (заочная форма обучения с применением ЭО, ДОТ).

## **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся<sup>9</sup>**

### **Типовые вопросы для подготовки к устным опросам**

#### **Раздел 1. Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность**

1. Что такое информационный повод?
2. Какова роль информационных поводов медиарилейшнз?
3. Как можно классифицировать информационные поводы?
4. В чем суть информационных поводов, созданных в технике «подстраивания» и «сконструированных»? Какой из них сложнее организовать? Какова роль деловой корреспонденции в коммуникативной деятельности органов ГМУ?
5. Почему особая важность придётся правильному оформлению деловых писем?
6. Каковы задачи, решаемые рассылкой информационных релизов?
7. Какие виды буклетов вы знаете? Чем они различаются? Что такое презентация? В чём основные различия презентации и пресс-конференции?

<sup>9</sup> Полный перечень заданий для текущего контроля успеваемости находится на кафедре политических наук и технологий в папке УМК-Д.

## **Раздел 2. Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами**

1. Можно ли считать синонимичными понятия «специальное событие» и «специальное мероприятие»?
2. Каковы коммуникативные цели специально организованных событий?
3. Почему специально организованные события более эффективны для целей PR, чем события естественные?
4. Какие основные моменты должен прояснить для себя спичрайтер, приступая к написанию текста выступления?
5. Для чего составляется рабочий план выступления и таблица расчёта времени?
6. Какова последовательность написания основных фрагментов текста выступления?
7. Для чего необходима репетиция выступления?

### **Типовые темы для составления конспектов**

#### **Раздел 1. Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность**

1. Компоненты связей с общественностью в органах власти.
2. Функции государственного и муниципального PR.
3. Организационные структуры связей с общественностью в органах власти.
4. Функции отдельных структурных подразделений PR-службы.

#### **Раздел 2. Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами**

1. Проблемы оценки эффективности деятельности пресс-служб.
2. Качественные и количественные методы сбора информации.
3. Социологические опросы и фокус-группы как методы изучения общественного мнения.

### **По заочной форме обучения с применением ЭО, ДОТ.**

#### **Типовой вариант заданий электронного семинара**

1. Какие признаки позволяют считать институт публичных отношений открытой системой? Ответ обоснуйте конкретными примерами.
2. Перечислите и охарактеризуйте основные звенья PR-механизма. Какие выводы можно сделать при его анализе?
3. Каковы основные этапы PR-менеджмента? Дайте краткую характеристику целей, стоящих перед PR-специалистом на каждом этапе.
4. В чем состоит основная функция аналитического досье?
5. Какие методы применяются для анализа ситуации? В чем принципиальное различие формальных и неформальных методов?
6. Что представляет собой коммуникационный аудит? Какие задачи позволяет решить его применение при исследовании ситуации в организации?
7. В чем суть заявления о миссии организации?



### Типовые темы докладов

1. Виды стратегий в SWOT-анализе, их преимущества и недостатки
2. Планирование работы со средствами массовой информации
3. Метод создания специальных событий.
4. Факторы отбора новостей.

### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

#### 4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Таблица 9

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-10	Способность к взаимодействиям в ходе служебной деятельности в соответствии с этическими требованиями к служебному поведению	ПК-10.1 на очной, очно-заочной, заочной, заочной с применением ЭО, ДОТ формах обучения	Способность к использованию этических норм в служебной деятельности
ПК-11	Владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	ПК-11.1 на очной, очно-заочной формах обучения  ПК 11.2 на заочной, заочной с применением ЭО, ДОТ формах обучения	Способность к формированию имиджа государственной и муниципальной службы  Способность продвигать имидж государственной и муниципальной службы

Таблица 10

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-10.1 на очной, очно-заочной, заочной, заочной с применением ЭО, ДОТ формах обучения Способность к использованию этических норм в служебной деятельности	Знает этические нормы служебной деятельности	Использует теоретический инструментарий для анализа внешней среды и внутренней среды организации

<p>ПК-11.1 на очной, очно-заочной формах обучения Способность к формированию имиджа государственной и муниципальной службы.</p> <p>ПК 11.2 на заочной, заочной с применением ЭО, ДОТ формах обучения Способность продвигать имидж государственной и муниципальной службы</p>	<p>Знает основы самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручения</p> <p>Знает правила создания и поддержания имиджа государственного служащего</p>	<p>Анализирует эффективность использования своего времени и находит резервы его оптимизации</p> <p>Владеет навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики. Способен к выражению своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении.</p>
--	--	---

Оценивание производится на основании балльно-рейтинговой системы (БРС).

#### 4.3.2. Примерные вопросы для подготовки к зачёту

1. Связи с общественностью: понятие, место и функции в системе социального управления.
2. Основные модели и трактовки PR
3. Функции связей с общественностью
4. Специфика государственного и муниципального PR.
5. Организационные структуры связей с общественностью в органах власти
6. Звенья PR-механизма
7. Исследования в PR-деятельности
8. Аналитическое досье и его структура
9. Информационный и коммуникационный аудит
10. Стратегическое планирование в PR-деятельности
11. Постановка целей и задач
12. Определение целевых и ключевых аудиторий
13. Определение целевых СМИ
14. Составление рабочего плана
15. Метод создания специальных событий
16. Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации
17. Медиарилейшнз: управление СМИ и управление информацией
18. Производство новостей
19. Пресс-релиз как основной вид PR-текста
20. Другие материалы для прессы
21. Пресс-конференция как PR-мероприятие
22. Другие мероприятия для журналистов
23. Целевые аудитории связей с общественностью в органах власти
24. Событийный маркетинг как совокупность технологий, направленных на продвижение организации
25. Технологии подготовки публичных мероприятий

### 4.3.3. Типовые оценочные средства

**Типовые варианты тестовых заданий**<sup>10</sup> для заочной формы обучения и заочной формы обучения с применением ЭО, ДОТ (правильные ответы отмечены \*)

1. Связи с общественностью являются одной из функций ...
  - А. менеджмента\*
  - Б. рекламы
  - В. средств массовой коммуникации
  - Г. пропаганды
2. Специализированные PR-подразделения государственных институтов относятся к ...
  - А. базисным субъектам PR-коммуникации\*
  - Б. технологическим субъектам PR-коммуникации
  - В. амбивалентным субъектам PR-коммуникации

Типовой вариант **письменного контрольного задания**

Дайте развернутые ответы на следующие вопросы:

1. В чем специфика каждого из трёх основных подходов к связям с общественностью?
2. Охарактеризуйте основные аспекты связей с общественностью в органах власти?
3. Какие основные факторы обуславливают успешность деятельности подразделений по связям с общественностью в органах власти?

**Типовые темы контрольных работ**

1. Специфика PR в политике, общественных объединениях, государственных учреждениях.
2. Технология формирования имиджа государственных реформ (на примере отдельно взятой реформы или всего процесса осуществления реформ).
3. Технология формирования имиджа государства (региона, федерального субъекта и т.д.).
4. Технология формирования имиджа мероприятия (фестиваля, церемонии, кампании и т.д.).
5. Технология проведения специальных мероприятий для СМИ в PR-кампании.
6. Технология проведения презентаций продуктов и услуг в PR-кампании.
7. Технология проведения выставок и экспозиций в PR-кампании.
8. PR-текст в системе политических коммуникаций.
9. Государственный PR: современная специфика.
10. Особенности использования средств коммуникации в кризисных коммуникациях (на конкретном примере).
11. Использование антикризисных PR-технологий в организации.

---

<sup>10</sup> Полный перечень тестовых заданий находится на кафедре политических наук и технологий в папке УМК-Д.

12. Телекоммуникационные и компьютерные технологии в связях с общественностью.
13. Проблемы организации кампании по связям с общественностью в муниципальных органах власти.
14. Связи с общественностью в социальной сфере как один из важных инструментов работы с населением.
15. Связи с общественностью в сфере работы с молодежью.
16. Особенности рекламной коммуникации в PR.
17. Основные этапы развития PR в России.
18. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
19. СМИ как неотъемлемый элемент политических коммуникаций и их манипулятивные возможности.
20. Развитие служб по связям с общественности в современной России.
21. Структура и функции PR-службы в государственных органах.
22. Особенности связей с общественностью в государственных структурах.
23. Правила подготовки и распространения пресс-релиза.
24. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
25. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.
26. Задачи, функции, отделов и служб по PR в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, политических партиях.
27. Сущность и понятие имиджа: в рекламе, политике, связях с общественностью.
28. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования

## Шкала оценивания

Таблица 11

Зачет	Критерии оценки
Незачтено (0-50)	Компетенции, предусмотренные рабочей программой дисциплины, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.
Зачтено (51-100)	Компетенции, предусмотренные рабочей программой дисциплины, сформированы уровне. Наличие усвоения учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы.

### 4.4. Методические материалы промежуточной аттестации

#### Методические материалы по процедуре оценивания обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта на основе балльно-рейтинговой системы. По итогам в ведомость выставляется оценка по шкале порядка: «незачтено» и «зачтено».

## **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

### **Методические рекомендации для обучающихся по очной форме обучения**

Для наилучшего усвоения материала студент обязательно должен посещать все лекционные и семинарские занятия, что будет способствовать постепенному накоплению знаний, максимальному развитию умений и навыков. Кроме того, студент обязан выполнять все виды самостоятельной работы. При подготовке к семинарам студент готовит темы и вопросы, в том числе выносимые на самостоятельное изучение, при необходимости составляет конспект, тезисы доклада.

К каждой теме семинара студент готовит вопросы, раскрытие которых позволит передать ее содержание. Подготовка к аудиторным занятиям предполагает изучение текстов лекций, а также изданий, входящих в списки основной и дополнительной литературы. Проработку материалов лекций целесообразно осуществлять в течение 2 – 3-х дней после её проведения. С этой целью необходимо просмотреть записи и подчеркнуть заголовки и самые ценные положения разными цветами (применение разноцветных пометок делают важные положения более наглядными, и облегчают визуальное запоминание), внимательно изучить ключевые слова темы занятия. Отдельные темы курса предполагают дополнительную проработку материала, доработку лекций, составление конспектов. При подготовке к лекции-дискуссии преподаватель может рекомендовать обучающимся предварительное изучение материалов периодических изданий, а также подготовку примеров из практики.

### **Методические рекомендации при составлении конспекта статей, подготовке доклада, тестирования**

При подготовке докладов студентам рекомендуется пользоваться списками рекомендуемой литературы, а также информацией из интернет-источников. Цель выполнения докладов – выработка у студента опыта самостоятельного получения знаний по одной из проблем (тем) курса. Выполнение данного вида работы имеет большое значение: во-первых, она закрепляет и углубляет знания студентов по изучаемой дисциплине; во-вторых, приобщает студентов к самостоятельной творческой работе с профильной литературой, приучает находить в ней основные дискуссионные положения, относящиеся к рассматриваемой проблеме; подбирать, обрабатывать и анализировать конкретный материал и на его основе делать обоснованные выводы; в-третьих, студент учится последовательно и грамотно излагать свои мысли при анализе проблем, изложенных в научной литературе, связывать общие теоретические положения с конкретной действительностью; в-четвертых, студент приобретает опыт подготовки выступлений и докладов на семинарских занятиях, участия в дискуссиях и научно-практических конференциях. При подготовке доклада студент также готовит список

вопросов по выбранной теме. Подготовленные вопросы могут быть использованы с целью экспресс-опроса студентов, слушающих доклад или как вариант проверки подготовки студента к занятию. Опрос может происходить как в устной, так и в письменной форме. Студент имеет право пользоваться подготовленным текстом доклада, но не читать его полностью. Рекомендовано использование мультимедийными презентации при изложении материала.

Конспекты статей, параграфов и глав или полного текста книг оцениваются с учетом труда, вложенного в их подготовку. Они не подменяются планами работ или полностью переписанным текстом: студент должен научиться отбирать основное. Конспект пишется в тетради с обозначением фамилии владельца. Обязательно указывается автор книги (статьи), место и год издания, а на полях помечаются страницы, где расположен конспектируемый текст. Качество конспекта повышается, когда студент сопровождает его своими комментариями, схемами или таблицами.

При подготовке к тестированию перед студентом стоят следующие основные задачи: изучение учебной, научной и справочной литературы по дисциплине; самостоятельный анализ теоретических концепций отечественных и зарубежных специалистов; закрепление основных понятий дисциплины. Комплект тестовых заданий в основном составляется на основе учебного пособия (курса лекций) по дисциплине, разработанного преподавателями СИУ РАНХиГС. Тестовые задания соответствуют всем основным темам данного издания.

### **Методические рекомендации для обучающихся по заочной форме обучения**

При обучении на заочной форме обучения учебным планом отведено на самостоятельное изучение материала гораздо большее количество часов. Студент должен посетить установочные лекции, на которых излагается цель, задачи и содержание курса, выдается задание на курсовую работу, приводятся рекомендации и критерии оценивания. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждого модуля дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим (семинарским) занятиям и выполнения заданий самостоятельной и курсовой работ, а также к промежуточной аттестации по дисциплине. Для развития основных знаний умений и навыков лекционный курс состоит из традиционных лекций и лекций-дискуссий.

Основным методом обучения на заочной форме обучения выступает самостоятельная работа, которая выполняется индивидуально в произвольном режиме времени в удобные для обучающегося часы, часто вне аудитории - внеаудиторная самостоятельная работа. Самостоятельная работа рассматривается с одной стороны, как форма или метод обучения и вид

учебной деятельности, осуществляемый без непосредственного вмешательства преподавателя, с другой – как средство вовлечения обучающихся в самостоятельную познавательную деятельность, средство формирования у них методов ее организации.

### **Краткие методические рекомендации по написанию контрольной работы**

Контрольная работа является видом текущего контроля знаний (компетенций) студентов. Контрольная работа – самостоятельная учебная работа, имеющая целью закрепление теоретического материала, выработку навыков научно- исследовательской работы, углубленное изучение вопроса, темы, раздела дисциплины и направленная на разработку авторской концепции исследуемого явления.

Контрольная работа выполняется в виде самостоятельного исследования по темам указанным в рабочей программе. Тема контрольной работы выбирается из рекомендованного списка или по предложению студента с согласия преподавателя дисциплины. Студент подбирает источники и дополнительную литературу по выбранной теме, знакомится с источниками и литературой. Излагать тему следует, используя всю изученную литературу и документы. Нет необходимости дословно переписывать или сканировать текст. Изложение должно быть систематизированным, логичным и самостоятельным.

Порядок выполнения контрольной работы, как правило, включает:

- выбор темы контрольной работы;
- составление плана контрольной работы;
- поиск и изучение источников информации;
- подготовка и оформление текста контрольной работы;
- представление контрольной работы руководителю;
- защита контрольной работы.

Объем работы до 15-18 страниц компьютерного текста (лист формата А4, гарнитура Times New Roman, шрифт 14, полуторный интервал).

В работе должны быть представлены следующие разделы:

- содержание, отражающее структуру работы;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список (8-10 наименований).

При цитировании обязательны постраничные ссылки на использованную литературу с точным указанием автора, названия книги, места и года издания и страницы. Работа, не имеющая научного аппарата, возвращается автору для доработки.

В содержании отражается структура работы, перечисляются названия глав и параграфов с указанием страниц.

Структурными элементами введения являются: актуальность, обзор



литературы, объект, предмет, территориальные рамки исследования, хронологические рамки, цель, задачи и источники.

Основная часть должна состоять из глав, разбитых на параграфы и при необходимости на пункты. Оптимальное число глав – от 2 до 3, число параграфов в каждой главе – не менее 2. Деление работы на главы и параграфы должно соответствовать логике изложения материала. Каждый параграф должен заканчиваться промежуточным выводом, в конце главы формулируется общий вывод.

Заключение представляет собой основные выводы и результаты, полученные в ходе проведения исследования. Заключение исследовательской работы необходимо тщательно проработать, опираясь на основной материал.

Библиографический список включает в себя список источников и список использованной литературы, который оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Основная литература**

1. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие : в 2 ч. Ч. 1 : Теоретические основы интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2013. - 192, [1] с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. - филиал РАНХиГС. - Режим доступа : [http://siu.ranepa.ru/UMM\\_1/3278/Osn\\_int\\_komm\\_1\\_up.pdf](http://siu.ranepa.ru/UMM_1/3278/Osn_int_komm_1_up.pdf), требуется авторизация - Загл. с экрана.
2. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению 031600.62 - Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 2 : Технологии интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 215 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. - филиал РАНХиГС. - Режим доступа : [http://siu.ranepa.ru/UMM\\_1/3676/Козлов\\_Основы%20интегрир%20коммуник%20УП\\_ч2.pdf](http://siu.ranepa.ru/UMM_1/3676/Козлов_Основы%20интегрир%20коммуник%20УП_ч2.pdf), требуется авторизация - Загл. с экрана.
3. Козлов, С. В. Связи с общественностью в органах власти : учеб. пособие для всех форм обучения по направлению 081100.62 - Гос. и муницип. упр. / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 197 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. - филиал РАНХиГС. - Режим доступа : [http://siu.ranepa.ru/UMM\\_1/3485/sso\\_up\\_14.pdf](http://siu.ranepa.ru/UMM_1/3485/sso_up_14.pdf), требуется авторизация - Загл. с экрана.

### **6.2. Дополнительная литература.**

1. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством [Электронный ресурс] : учеб. пособие / под ред. Л. В. Сморгунова, Л. Н. Тимофеевой. – Электрон. дан. - Москва : РОССПЭН, 2012. - 407 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135141>, требуется авторизация - Загл. с экрана.
2. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С.А. Шомова [и др.]. - Электрон. дан. - Москва : Аспект Пресс, 2011. - 198 с. - Доступ из ЭБС

«IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/8968>, требуется авторизация - Загл. с экрана.

3. Квят, А. Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс] : курс лекций / А. Г. Квят. - Электрон. дан. - Омск : Омск. гос. ун-т, 2012. - 175 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/24901> , требуется авторизация - Загл. с экрана.

4. Крупенков, В. В. Государственные и бизнес-коммуникации [Электронный ресурс] : учеб.-практ. пособие / В. В. Крупенков, Н. А. Мамедова, А. Н. Грачев. - Электрон. дан. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011. - 115 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968>, требуется авторизация - Загл. с экрана.

5. Протасова, О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О. Л. Протасова, Э. В. Бикбаева, М. Д. Наумова ; Мин-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет». - Электрон. дан. - Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>, требуется авторизация - Загл. с экрана.

### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

1. Козлов, С. В. Связи с общественностью в органах власти : учеб. пособие для всех форм обучения по направлению 081100.62 - Гос. и муницип. упр. / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 197 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. - филиал РАНХиГС. - Режим доступа : [http://siu.ranepa.ru/UMM\\_1/3485/sso\\_up\\_14.pdf](http://siu.ranepa.ru/UMM_1/3485/sso_up_14.pdf), требуется авторизация (дата обращения : 15.01.16). - Загл. с экрана.

### **6.4. Нормативные правовые документы**

1. *О* порядке освещения деятельности государственных органов в государственных СМИ : федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ // Собр. законодательства Российской Федерации. - 1995. - №3. - Ст. 170.

2. *О* рекламе : федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ // Собр. законодательства Российской Федерации. - 2006. - №12. - Ст. 1232.

3. *О* средствах массовой информации : федеральный закон от 27.12.1991 г. № 2124-1 // Российская газета. - 08.02.1992. - №32.

4. *Об* информации, информационных технологиях и защите информации : федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ // Собр. законодательства РФ. - 2006. - № 31 (1 ч.). - Ст. 3448.

5. *Об* обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: федеральный закон от 09.02.2009 №8-ФЗ // Собр. законодательства РФ. - 2009. - № 7. - Ст. 776.

6. Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти: Постановление правительства Российской Федерации от 24.11.2009 № 953 // Собр. законодательства Российской Федерации. – 2009. – № 48. – Ст. 5832.

7. Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации : Указ Президента Российской Федерации от 28.06.2007 № 825 // Собр. законодательства Российской Федерации. – 2007. – № 27. – Ст. 3256.

8. Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов : Указ Президента РФ от 28.04.2008 № 607 // Собр. законодательства Российской Федерации. – 2008. – № 18. – Ст. 2003.

### **6.5. Интернет-ресурсы.**

1. Госбук: Экспертная сеть [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gosbook.ru>, требуется авторизация – Загл. с экрана.

2. Международный пресс-клуб [Электронный ресурс] / Международный пресс-клуб. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.pressclub.host.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

3. Профессиональный PR-портал [Электронный ресурс] / Профессиональный PR-портал. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.sovetnik.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

4. Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс] / Российская ассоциация по связям с общественностью. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.raso.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

5. Связи с общественностью в государственных структурах [Электронный ресурс] / Связи с общественностью в государственных структурах. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://gospr.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

6. Со-Общение [Электронный ресурс] / Со-Общение. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.soob.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

7. Центр политических технологий [Электронный ресурс] / Центр политических технологий. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://ww.cpt.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

8. PR в России [Электронный ресурс] / PR в России. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.rupr.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

9. Press-release.ru: служба распространения пресс-релизов [Электронный ресурс] / Press-release.ru: служба распространения пресс-релизов. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.press-release.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.

10. PRNews [Электронный ресурс] / PRNews. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.prnews.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.
11. PR-online [Электронный ресурс] / PR-online. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.pronline.ru/>, свободный (дата обращения 15.01.2015) – Загл. с экрана.
12. Государственная служба: Журнал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.mgs.rags.ru/>, свободн. — Загл. с экрана.
13. Государство, общественные организации: раздел официального сайта Федеральной службы государственной статистики России [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/state/>, свободн. — Загл. с экрана.
14. Федеральный образовательный портал: Экономика, Социология, Менеджмент [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://ecsosman.ru/>, свободный – Загл. с экрана.

#### **6.6. Иные источники**

*Не используются*

## **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

*Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа:* экран, компьютер с подключением к локальной сети института, и выходом в Интернет, звуковой усилитель, антиподаватель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная.

*Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа:* столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная.

*Помещения для самостоятельной работы обучающихся.*  
**Компьютерные классы:** компьютеры (19 шт.) с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет, столы аудиторные, стулья, доски аудиторные. Центр интернет-ресурсов (ауд. № 201): 10 компьютеров с выходом в Интернет, автоматизированную библиотечную информационную систему и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Университетская Информационная Система РОССИЯ», «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Научная электронная библиотека eLIBRARY», «EBSCO», «SAGE Premier». Система федеральных образовательных порталов «Экономика. Социология. Менеджмент», «Юридическая Россия», Сервер органов государственной власти РФ, Сайт Сибирского Федерального округа и др. Экран, компьютер с подключением к локальной сети филиала и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная. Наборы виртуального демонстрационного оборудования, наглядные учебные пособия.

*Библиотека (имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет:* компьютеры с подключением к локальной сети филиала и Интернет, Wi-Fi, столы аудиторные, стулья.

Программное обеспечение *по заочной форме обучения с применением ЭО, ДОТ:*

- Пакет MS Office
- Microsoft Windows
- Сайт филиала
- СДО Прометей
- Корпоративные базы данных
- iSpring Free Cam8

**Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы,**

**используемые для заочной формы обучения с частичным применением ЭО, ДОТ**

№п\п	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	видеостудия для вебинаров	Два рабочих места, оснащенных компьютерами, веб-камерами и гарнитурам (наушники и микрофон).
2.	видеостудия для вебинаров	Два рабочих места, оснащенных компьютерами, веб-камерами и гарнитурам (наушники и микрофон).
3.	кафедры	На каждой кафедре одно рабочее место, оснащенное компьютером, веб-камерой, гарнитурой.