

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костина Лариса Николаевна  
Должность: заместитель директора  
Дата подписания: 26.12.2025 10:02:11  
Уникальный программный ключ:  
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

*Приложение 4*  
к образовательной программе

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**для текущего контроля успеваемости и  
промежуточной аттестации обучающихся  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.В.ДЭ.01.01 Связи с общественностью в органах власти**  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

**38.03.04 Государственное и муниципальное управление**  
(код, наименование направления подготовки/специальности)

**Региональное управление и местное самоуправление**  
(наименование образовательной программы)

**Бакалавр**  
(квалификация)

**Очно-заочная форма обучения**  
(форма обучения)

Год набора – 2023

Донецк

**Автор(ы)-составитель(и) ФОС:**

Колесникова Татьяна Александровна, старший преподаватель кафедры теории управления и государственного администрирования

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»

### 1.1. Основные сведения об учебной дисциплине

Таблица 1.1

Характеристика учебной дисциплины  
(сведения соответствуют разделу РПД)

|                                           |                                                       |  |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--|
| Образовательная программа                 | Бакалавриат                                           |  |
| Направление подготовки                    | 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» |  |
| Профили                                   | «Региональное управление и местное самоуправление»    |  |
| Количество разделов учебной дисциплины    | 4                                                     |  |
| Часть образовательной программы           | Б1.В.ДЭ.01.01                                         |  |
| Формы контроля                            | Текущий и промежуточный                               |  |
| <i>Показатели</i>                         | Очно-заочная форма обучения                           |  |
| Количество зачетных единиц (кредитов)     | 4                                                     |  |
| Семестр                                   | 4                                                     |  |
| <b>Общая трудоемкость (академ. часов)</b> | <b>144</b>                                            |  |
| <b>Аудиторная работа:</b>                 | <b>34</b>                                             |  |
| Лекционные занятия                        | 16                                                    |  |
| Семинарские занятия                       | 16                                                    |  |
| Консультации                              | 2                                                     |  |
| <b>Самостоятельная работа</b>             | <b>83</b>                                             |  |
| <b>Контроль</b>                           | <b>27</b>                                             |  |
| <i>Форма промежуточной аттестации</i>     | экзамен                                               |  |

## 1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 1.2

Перечень компетенций и их элементов

| Компетенция                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Индикатор компетенции и его формулировка                                                                                                                                 | Элементы индикатора компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Индекс элемента |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| ПК-6: Способен готовить предложения по совершенствованию системы государственного и муниципального управления, организовывать взаимодействие со средствами массовой информации, поддерживать связи с общественностью, привлекать общественность к участию в принятии и контроле управленческих решений, оказывать иные формы поддержки населению, в том числе и управленческое консультирование. | ИД-ПК-6.2:<br>Организовывает взаимодействие органов государственного и муниципального управления со средствами массовой информации, поддерживает связи с общественностью | <b>Знать:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                          | Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.                                                                                           | ПК-6.2 31       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                          | Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями. | ПК-6.2 32       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                          | Предмет, структуру, функции связей с общественностью в органах власти; основы планирования и аналитической деятельности связей с общественностью в органах власти; организацию и специфику внешнекорпоративной и внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах власти. Технологии взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и                               | ПК-6.2 33       |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |           |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|  |  | усиления социальной интеграции. Этические нормы при работе с информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |           |
|  |  | <b>Уметь:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |           |
|  |  | 1. Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний.                                                                                                                                                                                                     | ПК-6.2 У1 |
|  |  | 2. Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию.                                                                                                       | ПК-6.2 У2 |
|  |  | 3. Использовать современные информационные технологии для получения доступа к источникам информации, приема, хранения и обработки полученной информации, способность к преобразованию информации, владение массмедийными, мультимедийными технологиями, компьютерной грамотностью, электронными Интернет-технологиями; использовать глобальные источники знаний; производить информационно-аналитическую работу, мыслить системно, структурировать информацию; анализировать процесс функционирования государственной и муниципальной службы.<br>Взаимодействовать с | ПК-6.2 У3 |

|  |                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |           |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|  |                                                                                                                                                                                                     | информационными СМИ, общественностью и целевыми аудиториями; гасить конфликты, быть толерантным; работать в кросс-культурном пространстве; работать на международном уровне.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |           |
|  |                                                                                                                                                                                                     | <b>Владеть:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |           |
|  |                                                                                                                                                                                                     | 1. Технологиями сбора первичной управленческой информации; профессиональной терминологией.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ПК-6.2 В1 |
|  |                                                                                                                                                                                                     | 2. Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; профессиональной терминологией.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ПК-6.2 В2 |
|  |                                                                                                                                                                                                     | 3. Технологиями сбора первичной управленческой информации; методами сбора, обработки и анализа информации с применением современных технологий; методами анализа, способами получения и обобщения информации; профессиональной терминологией.<br>Коммуникативными навыками, приемами урегулирования конфликтных ситуаций; способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур; навыками организации коммуникационных форм отношений с учетом социокультурных различий. | ПК-6.2 В3 |
|  |                                                                                                                                                                                                     | <b>Знать:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |           |
|  |                                                                                                                                                                                                     | 1. Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления.                                                                                                                                                                                  | ПК-6.3 З1 |
|  |                                                                                                                                                                                                     | 2. Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в                                                                                                                                                                                                                                                                      | ПК-6.3 З2 |
|  | ИД-ПК-6.3: Оказывает информационно-методическую поддержку органам государственного и муниципального управления по привлечению общественности к участию в принятии и контроле управленческих решений |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |           |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |           |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|  |  | <p>профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |           |
|  |  | <p>3. Функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, социальной сфере; основы коммуникационного процесса в организации; место и роль связей с общественностью в профессиональной деятельности органов государственного и муниципального управления; организацию работы со средствами массовой информации; особенности работы с интернет-коммуникациями; правовую основу PR- деятельности органов власти; виды PR-кампаний.</p> | ПК-6.3 ЗЗ |
|  |  | <b>Уметь:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |           |
|  |  | <p>1. Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ПК-6.3 У1 |
|  |  | <p>2. Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения.</p>                                                                                                                                                       | ПК-6.3 У2 |
|  |  | <p>3. Оказывать информационно-методическую поддержку органам власти в сфере связей с общественностью, подготавливать информационно-методические материалы; работать со средствами массовой информации; анализировать тенденции развития общественных отношений, закономерности базовых технологий формирования общественного мнения; осуществлять организацию PR-</p>                                                                                                                          | ПК-6.3 У3 |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |           |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|  |  | проектов в органах власти.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |           |
|  |  | <b>Владеть:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |           |
|  |  | 1. Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения.                                                                                                                                                                | ПК-6.3 В1 |
|  |  | 2. Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения; навыками установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с общественностью в сети Internet.                                      | ПК-6.3 В2 |
|  |  | 3. Навыками деловых коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методологическими навыками, способностью к синтезу; способностью к генерации новых идей; методами изучения общественного мнения; технологиями проведения PR-кампаний; навыками установления взаимоотношений с прессой; навыками в области организации связей с общественностью в сети Internet. | ПК-6.3 В3 |

Таблица 1.3

**Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы**

| № п/п                                                                                  | Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины                                                                                                   | Номер семестра | Код индикатора компетенции | Наименование оценочного средства                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------|----------------------------------------------------|
| <b>Раздел 1. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления</b> |                                                                                                                                                    |                |                            |                                                    |
| 1.                                                                                     | Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти                                                                    | 4              | ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3       | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| 2.                                                                                     | Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью                      | 4              | ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3       | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| 3.                                                                                     | Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью                                        | 4              | ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3       | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| Тестовые задания по разделу 1                                                          |                                                                                                                                                    |                |                            |                                                    |
| <b>Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти</b>         |                                                                                                                                                    |                |                            |                                                    |
| 4.                                                                                     | Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти                                                      | 4              | ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3       | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| 5.                                                                                     | Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти                                                              | 4              | ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3       | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| 6.                                                                                     | Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет-коммуникациями                                               | 4              | ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3       | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| Тестовые задания по разделу 2                                                          |                                                                                                                                                    |                |                            |                                                    |
| <b>Раздел 3. Технологии связей с общественностью</b>                                   |                                                                                                                                                    |                |                            |                                                    |
| 7.                                                                                     | Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций                              | 4              | ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3       | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| 8.                                                                                     | Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами | 4              | ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3       | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| 9.                                                                                     | Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания                                                                                               | 4              | ИД-ПК-6.2 ИД-ПК -6.3       | Собеседование, творческое задание, реферат, доклад |
| Тестовые задания по разделу 3                                                          |                                                                                                                                                    |                |                            |                                                    |

## РАЗДЕЛ 2. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся. В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины.

Таблица 2.1

Распределение баллов по видам учебной деятельности  
(балльно-рейтинговая система)

| Наименование<br>Раздела/Темы | Вид задания |    |    |     |                  |             |           |    |   |    |
|------------------------------|-------------|----|----|-----|------------------|-------------|-----------|----|---|----|
|                              | ЛЗ          | СЗ |    |     | Всего<br>за тему | КЗР<br>(ТЗ) | СР<br>(Р) | ИЗ |   |    |
|                              |             | УО | Д  | ТвЗ |                  |             |           |    |   |    |
| Р.1.Т.1.1                    | 1           | 1  | 2  | -   | 4                | 4           | 9         | 5  |   |    |
| Р.1.Т.1.2                    | 1           | 1  | 2  | 4   | 8                |             |           |    |   |    |
| Р.1.Т.1.3                    | 1           | 1  | 2  | 4   | 8                |             |           |    |   |    |
| Р.2.Т.2.1                    | 1           | 1  | 2  | -   | 4                | 4           |           | 9  | 5 |    |
| Р.2.Т.2.2                    | 1           | 1  | 2  | 4   | 8                |             |           |    |   |    |
| Р.2.Т.2.3                    | 1           | 1  | 2  | 4   | 8                |             |           |    |   |    |
| Р.3.Т.3.1                    | 1           | 1  | 2  | 4   | 8                | 4           |           |    | 9 | 5  |
| Р.3.Т.3.2                    | 1           | 1  | 2  | 4   | 8                |             |           |    |   |    |
| Р.3.Т.3.3                    | 1           | 1  | 2  | 4   | 8                |             |           |    |   |    |
| Итого: 100б                  | 9           | 9  | 18 | 28  | 64               | 12          | 9         |    |   | 15 |

ЛЗ – лекционное занятие;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

СР – самостоятельная работа обучающегося;

ИЗ – индивидуальное задание;

УО – устный опрос;

Д - доклад;

ТвЗ – творческие задания;

ТЗ – тестовые задания;

Р – реферат.

### 2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы вначале каждого семинарского/практического занятия преподавателем проводится

индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

**Оценка «отлично»** ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

**Оценка «хорошо»** – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

**Оценка «удовлетворительно»** – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

## ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

| <b>Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)</b>                                                                      | <b>Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Раздел 1. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления</b>                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Тема 1.1. Понятие, сущность и функции связей с общественностью в органах власти                                               | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Понятия информационные и политические процессы, их виды и формы.</li><li>2. Роль информации и коммуникации в современном постиндустриальном обществе.</li><li>3. Взаимосвязь информационного, когнитивного и географического пространств в реализации сценариев развития страны.</li><li>4. Основные принципы взаимодействия субъектов политики в регионе с представителями СМИ.</li></ol> |
| Тема 1.2. Нормативно-правовые основы государственной коммуникативной политики. Этика деятельности по связям с общественностью | <ol style="list-style-type: none"><li>5. Виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждениях.</li><li>6. Проблемы проведения ситуационного анализа.</li><li>7. Типы общего анализа политической ситуации.</li><li>8. Проблемный и диагностический ситуационный анализ.</li><li>9. Понятия стратегического планирования.</li></ol>                                                                           |
| Тема 1.3. Общественность и общественное мнение как главные объекты деятельности по связям с общественностью                   | <ol style="list-style-type: none"><li>10. Роль и значимость PR в демократическом обществе.</li><li>11. Роль связей с общественностью в современном обществе.</li><li>12. Связи с общественностью за рубежом: история и современность.</li><li>13. Связи с общественностью в России: история и современность.</li></ol>                                                                                                              |

|                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                    | 14. Информационная открытость в государственном (муниципальном) управлении.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти</b>                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Тема 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в органах власти                                                      | 15. Моделирование информационных процессов взаимодействия политической власти и гражданского общества: управленческий аспект.<br>16. Конструирование средствами СМИ имиджа государственной власти и государственной службы.                                                                                                                                                                                                              |
| Тема 2.2. Организация деятельности служб по связям с общественностью в органах власти                                                              | 17. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти.<br>18. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Тема 2.3. Инструменты взаимодействия власти и общества. Особенности работы с интернет-коммуникациями                                               | 19. Отражение реального пространства в информационном как функция Интернета.<br>20. Расширение свободного пространства Интернета: проблемы этического характера и пути их решения.<br>21. Блоги как инструмент политического общения.                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Раздел 3. Технологии связей с общественностью</b>                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Тема 3.1. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций                              | 22. Использование новостей в региональных политических кампаниях.<br>23. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.<br>24. Основные этапы кампании по связям с общественностью.<br>25. Организация и проведение PR-кампаний.<br>26. Аналитика и планирование PR-кампаний.<br>27. «Чистые» и «грязные» технологии в избирательном процессе. |
| Тема 3.2. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами | 28. Коммуникативные технологии в государственном управлении.<br>29. Проектирование внешнеорганизационных коммуникаций.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Тема 3.3. Имидж. Технологии построения и поддержания                                                                                               | 30. Имидж государственной гражданской службы.<br>31. Имидж власти, имидж организации, имидж лидера.<br>32. Процесс конструирования имиджа.<br>33. Соотношение имиджа и репутации органа власти.<br>34. Понятие «имидж государственной власти».<br>35. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.                                                                             |

## 2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

*Критерии оценивания.* Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти».

## **ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ**

### **Раздел 1. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления**

*Задание 1.1.* Основным назначением службы по связям с общественностью в органах власти является достижение:

- 1) высокой общественной репутации;
- 2) низкого уровня общественного сознания;
- 3) высокого общественного порицания;
- 4) высокого уровня общественного сознания.

5) *Задание 1.2.* Гражданское общество по отношению к государственным структурам существует:

- 6) вне рамок государственных структур;
- 7) полностью подчинено;
- 8) в рамках государственных структур;
- 9) в реверсивных отношениях.

*Задание 1.3.* Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:

- 1) связи с органами власти;
- 2) разведывательная деятельность;
- 3) связи с общественностью;
- 4) политические связи.

*Задание 1.4.* Специализированная многофункциональная деятельность органов власти по организации и обеспечению отношений, направленных на содействие государству, создание благоприятного имиджа, налаживание обратной связи посредством элементов убеждения и влияния:

- 1) политические связи;
- 2) разведывательная деятельность;
- 3) связи с общественностью;
- 4) связи с органами власти.

*Задание 1.5.* Основные функции Правительственной комиссии в сфере построения системы «Открытое правительство» являются:

- 1) организация выборов, работа с кандидатами;
- 2) организация подлинных мероприятий, учет предложений;
- 3) организация общественной экспертизы нормативных правовых актов органов власти, рассмотрение предложений;
- 4) организация специальных мероприятий, учет предложений;

*Задание 1.6.* Какая из функций связей с общественностью направлена на выработку информационной политики:

- 1) организационно-технологическая;

- 2) аналитико-прогностическая;
- 3) консультативно-методическая;
- 4) познавательная.

*Задание 1.7.* В основе взаимодействия общества и власти лежит принцип:

- 1) открытости;
- 2) коллективной ответственности;
- 3) взаимоуважения;
- 4) закрытости.

*Задание 1.8.* Осуществление связей с общественностью в органах власти полностью зависит от:

- 1) особенностей государственной структуры;
- 2) внутренней политики;
- 3) внешней политики;
- 4) принятия государственных решений.

## **Раздел 2. Управление процессом связей с общественностью органами власти**

*Задание 2.1.* Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия - это:

- 1) служба связей с общественностью;
- 2) служба доставки;
- 3) сервисная служба;
- 4) служба занятости.

*Задание 2.2.* Функции СО(ПР) в органах власти:

- 1) СО(ПР) обеспечивают открытость власти;
- 2) службы СО(ПР) должны дозировать информацию, выходящую в СМИ;
- 3) органы власти не могут быть открытыми;
- 4) в государственных интересах сохранять режим секретности.

*Задание 2.3.* Наиболее действенные аргументы в обращении приводятся:

- 1) в начале текста;
- 2) в середине текста;
- 3) в конце текста;
- 4) в любом месте текста.

*Задание 2.4.* Пресс-конференция – это:

- 1) процесс обсуждения проблемы;
- 2) инструктаж;
- 3) встреча представителя организации с журналистами;
- 4) собрание общественности.

*Задание 2.5.* Что обычно распространяют посредством пресс-релизов:

- 1) аналитические материалы;
- 2) коммерческую информацию;
- 3) новости;
- 4) сплетни.

*Задание 2.6.* Главное требование к пресс-релизу:

- 1) наличие заголовка;
- 2) наличие общественно-значимого факта;
- 3) наличие аналитики;
- 4) наличие коммерческой информации.

*Задание 2.7. Кто такой спичрайтер:*

- 1) журналист;
- 2) депутат;
- 3) речеписец;
- 4) оратор.

*Задание 2.8 . Административный ресурс это:*

- 1) Преимущественный доступ партии, кандидата к СМИ во время кампании;
- 2) Возможность влияния властей на избирательные комиссии;
- 3) Возможность подтасовки результатов голосования местными администрациями;
- 4) Возможность использования правящей элитой своего служебного положения, административных рычагов, технических средств для влияния на ход избирательной кампании и получения преимуществ перед конкурентами

*Задание 2.9. Стратегия расширения электоральных сегментов - это:*

- 1) Прямое привлечение новых сторонников и их переманивание;
- 2) Модернизация программы политика на уже завоеванных сегментах и репозиционирование лидеров;
- 3) Распространение существующего образа на новые сегменты электората;
- 4) Дискредитационные программы.

*Задание 2.10. Пресс-карта – это:*

- 1) информационная база данных;
- 2) историческая справка;
- 3) биография;
- 4) учетная карточка.

*Задание 2.11. Байклайнер – это:*

- 1) информационная база данных;
- 2) авторская статья для печати в прессе;
- 3) вопросы-ответы;
- 4) историческая справка.

*Задание 2.12. Кейс-история – это:*

- 1) факт-лист;
- 2) сообщение опыта фигуранта по решению какой-либо проблемы;
- 3) авторская статья для печати в прессе;
- 4) пресс-релиз.

*Задание 2.13. Медиакит – это:*

- 1) пакет документов и материалов для СМИ;
- 2) пресс-релиз;
- 3) фоновый материал;
- 4) факт-лист.

### **Раздел 3. Технологии связей с общественностью**

*Задание 3.1.* Теоретически утверждают, что основными факторами, влияющими на политический выбор, являются:

- 1) Политическая культура, вероисповедание, политические традиции, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия;
- 2) Политическая культура, социальный статус, условия и характер трудовой деятельности, возраст, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия;
- 3) PR-кампания по продвижению кандидата, привычки голосования электората, обстоятельства проведения избирательной кампании;
- 4) Все вместе в совокупности.

*Задание 2.2.* К технологиям групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях относятся:

- 1) Митинги, встречи с избирателями, политические дебаты, телевизионные политические ролики;
- 2) Политические дебаты, адресная и безадресная рассылка, кампания «от двери к двери»;
- 3) Митинги, встречи с избирателями, директ-маркетинг, кампании «из двери в дверь»;
- 4) Сбор подписей, митинги, встречи с избирателями.

*Задание 3.3.* Имидж носит характер:

- 1) Подписной;
- 2) Общий;
- 3) Стереотипный;
- 4) Частный.

*Задание 3.4.* За имидж фирмы отвечает не только отдел ПР, но и:

- 1) конкуренты;
- 2) сотрудники;
- 3) клиенты;
- 4) партнеры.

*Задание 3.5* Лоббирование – это:

- 1) процесс влияния заинтересованных лиц на поставщиков с целью снижения оптовых цен;
- 2) процесс влияния коллектива на представителей профсоюза своей организации с целью получения отчета о потраченных руководством средствах;
- 3) процесс влияния заинтересованных лиц, групп на принятие решения властными структурами;
- 4) нет правильного ответа.

*Задание 3.6.* Основными факторами, влияющими на политический выбор являются:

- 1) Политическая культура, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия, административный ресурс;
- 2) Политическая культура, социальный статус, условия и характер трудовой деятельности, возраст, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия;

3) Рекламная и PR-кампания по продвижению кандидата, привычки голосования электората, степень соответствия характеристик кандидата ожидаемым характеристикам лидера;

4) Все в совокупности.

*Задание 3.7.* Формирование общенациональной политики, продвижение национальных программ:

1) PR-партии;

2) GR «Government Relations»;

3) само –PR;

4) государственный PR.

*Задание 2.8.* Главное отличие PR от рекламы в том, что:

1) PR ориентирован на продвижение на рынке;

2) PR ориентирован на продвижение в обществе;

3) PR ориентирован на продвижение товара;

4) PR ориентирован на продвижение идеи.

*Задание 3.9.* В основе событийного PR лежит:

1) новость;

2) забытое событие;

3) черный PR;

4) сенсация.

*Задание 3.10.* Какой функции у ПР нет:

1) аналитико-прогностической;

2) консультативно-методической;

3) контрольно-ревизионной;

4) социально-гуманистической.

*Задание 3.11.* К формам политической PR-коммуникации в прессе относятся:

1) Журналистские публикации, подготовленные на основе материалов, предоставленных PR-службами (интервью, политические портреты, портретные очерки), программные документы и выступления (речи, обращения, дискуссионные материалы) политиков;

2) Программные документы, объявления, политические листовки, политические портреты;

3) Интервью, публикации в форме традиционных журналистских жанров, обращения политиков;

4) Журналистские публикации, подготовленные на основе материалов, предоставленных PR-службами (интервью, политические портреты, портретные очерки), политические листовки, объявления.

*Задание 3.12.* Известно, что в задачи медиарилейшнз в избирательной кампании входит:

1) Оперативное распространение информации о деятельности партии;

2) Предоставление материалов для печати;

3) Ответы на вопросы прессы;

4) Все в совокупности.

*Задание 3.13.* Чем, как правило, занят спиндоктор:

1) созданием благоприятного имиджа;

- 2) исправлением освещения события;
- 3) написанием политических речей;
- 4) психотерапией.

*Задание 3.14.* Какое из предложенных утверждений вам кажется правильным?

- 1) «Отвергающий электорат» - сторонники одного кандидата по отношению к его конкурентам;
- 2) «Устойчивый электорат» - часть электората, которая намерена принять участие в выборах, но еще не определилась за кого голосовать;
- 3) «Противники» - часть электората, у которой в предвыборный период сформировалось негативное отношение к выборам;
- 4) «Сомневающийся электорат» - часть электората, у которой в предвыборный период еще не сформировалась устойчивая потребность участия в выборах, либо она не определилась, за какого кандидата именно будет голосовать.

*Задание 3.15.* Основными факторами, влияющими на политический выбор являются:

- 1) Политическая культура, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия, административный ресурс;
- 2) Политическая культура, социальный статус, условия и характер трудовой деятельности, возраст, местное и политическое окружение, рекламные и PR-мероприятия;
- 3) Рекламная и PR-кампания по продвижению кандидата, привычки голосования электората, степень соответствия характеристик кандидата ожидаемым характеристикам лидера;
- 4) Все в совокупности.

*Задание 3.16.* К технологиям групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях относятся:

- 1) Митинги, встречи с избирателями, политические дебаты, телевизионные политические ролики;
- 2) Политические дебаты, адресная и безадресная рассылка, кампания «от двери к двери».
- 3) Митинги, встречи с избирателями, директ-маркетинг, кампании «из двери в дверь»;
- 4) Сбор подписей, митинги, встречи с избирателями.

*Задание 3.17.* Известно, что в задачи медиарилейшнз в избирательной кампании входит:

- 1) Оперативное распространение информации о деятельности партии;
- 2) Предоставление материалов для печати;
- 3) Ответы на вопросы прессы;
- 4) Все в совокупности.

**2.3. Рекомендации по оцениванию эссе (рефератов, докладов, сообщений).**

| <b>Максимальное количество баллов</b> | <b>Критерии</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Отлично                               | Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно. |
| Хорошо                                | Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.                                                                                                                                              |
| Удовлетворительно                     | Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.                                                                                                                                                                                                                                          |
| Неудовлетворительно                   | Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

## **ТЕМЫ ДОКЛАДОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ**

1. Основные модели развития связей с общественностью (Паблик рилейшнз).
2. Коммуникативный подход к осуществлению власти в современном обществе.
3. Механизмы прямой и обратной связи в системе власти и управления.
4. Объективные потребности органов власти в связях с общественностью.
5. Профессиональные и общественно значимые приоритеты PR-деятельности.
6. Сущность и значение информационного процесса в работе PR-специалиста.
7. Понятие «информационная структура» и её функции в органе власти.
8. 3 Суть и значение государственных информационных ресурсов.
9. Цели и функции формирования единого информационного пространства в стране.
10. Сущность, объект и предмет государственной информационной политики.
11. Концепции информационной политики в условиях модернизации страны.
12. Взаимосвязь внутренней, внешней и информационной политики государства в условиях глобализации.
13. Принципы и механизмы государственной информационной политики.
14. Актуальные проблемы построения в России информационного общества.
15. Новая информационно-коммуникативная среда: состояние, проблемы, вызовы.
16. Основы безопасности в информационной сфере деятельности власти и управления.
17. Главные функции связей с общественностью в государственных структурах.
18. Основные задачи пресс-центра (пресс-службы) подразделения по связям с общественностью госучреждения.
19. Принципы деятельности структур по связям с общественностью в органах власти.
20. PR-деятельность в публично-правовом процессе в трансформирующемся обществе.
21. Памятка специалиста по связям с общественностью в органе власти.
22. Основные группы PR-документов в работе пресс-группы госучреждения.
23. Методы оценки уровня эффективности PR-деятельности.

24. Особенности аналитических исследований в деятельности органа власти.
25. Информационная работа PR-специалиста в аппарате органа власти.
26. Цели и задачи связей PR-служб органов власти с массмедиа.
27. Свойства PR-информации: жанры и разновидности.
28. Официальный сайт органа власти: основные позиции и направления.
29. Особенности позиционирования органов власти в социальных сетях.
30. Работа с интернет-технологиями в пресс-службе органа власти (сайты и блоги).

## **ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ**

1. Цели и задачи управления общественными отношениями.
2. Проблемы регулирования общественных отношений.
3. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.
4. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.
5. Внутрикорпоративный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении
6. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления.
7. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
8. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
9. Информационный процесс как многоуровневая система.
10. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
11. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
12. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.
13. Власть – население: формы работы, обратная связь.
14. Понятие «имидж государственной власти».
15. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
16. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.
17. Алгоритм формирования имиджа государственной власти.
18. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.

19. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.

20. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы.

21. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.

22. Организация специальных мероприятий

23. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов.

24. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.

25. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов.

26. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.

27. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях.

28. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.

29. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.

30. Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями.

31. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях.

32. Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями.

33. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-акции, «утечка информации», политическая и социальная реклама, заказные статьи.

34. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ.

## **2.4.Рекомендации по оцениванию творческих заданий**

| <b>Максимальное количество баллов*</b> | <b>Критерии</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Отлично                                | Выставляется обучающемуся, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Обучающийся демонстрирует отчетливое и свободное владение |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа                                                                                                                                                                                             |
| Хорошо              | Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа                                   |
| Удовлетворительно   | Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ |
| Неудовлетворительно | Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе                                                                                                                                                                                                  |

\* Представлено в таблице 2.1.

## ТВОРЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

### Задание 1

Прокомментируйте ряд высказываний исследователей о неограниченных возможностях СМИ в области информационного и политического воздействия на политическое сознание граждан: - «иметь важную информацию – значит, иметь власть; уметь отличать важную информацию от несущественной – означает обладать еще большей властью; возможность распространять важную информацию в собственной режиссуре или умалчивать о ней – означает иметь двойную власть»; - «при рассмотрении влияния массовых коммуникаций на

политические процессы российские политологи отмечают, что в постиндустриальном обществе решающим управленческим ресурсом становится наличие знаний и владение информацией, тогда как роль финансов и непосредственно государственного принуждения становится все менее значительной. Причем, функцию основных распространителей знаний, имеющих социальное значение, в настоящее время выполняют СМИ».

## Задание 2

Практическое задание «Преимущества и недостатки отдельных видов СМИ»

Заполните таблицу, выделив в каждой графе несколько пунктов:

| №  | СМИ         | Преимущества | Недостатки  |
|----|-------------|--------------|-------------|
| 1. | Телевидение | 1<br>2<br>3  | 1<br>2<br>3 |
| 2. | Радио       | -"-          | -"-         |
| 3. | Журналы     | -"-          | -"-         |
| 4. | Газеты      | -"-          | -"-         |
| 5. | Интернет    | -"-          | -"-         |

## Задание 3

Практическое задание «Сообщение и коммуникация»

Выберите одну из широко обсуждаемых в СМИ политических, деловых либо международных тем. Подготовьте экспресс-информацию по выбранной теме на основе материалов 5-6 газет или журналов за последнюю неделю. Какую роль в каждом из случаев играют следующие сообщения:

1. Слова
2. Выражение лица
3. Глаза
4. Манера поведения
5. Находчивость

Согласны ли вы с мыслью, что все вышеперечисленное и есть сообщение, влияющее на аудиторию? Аргументируйте свой ответ.

## Задание 4

Сравните определения «информационной войны», данные разными авторами: - «Информационная война состоит из действий, предпринимаемых для достижения информационного превосходства в обеспечении национальной военной стратегии путем воздействия на информацию и информационные си- 33 стемы противника с одновременным укреплением и защитой нашей собственной

информации и информационных систем» (Директор информационных войск Министерства обороны США); - Информационная война - это коммуникативная технология по воздействию на массовое сознание с долговременными и кратковременными целями (Г.Г. Почепцов)

### **Задание 5**

Проанализируйте модели массовой культуры (модели Ю. Лотмана, Дж. Фiske, Р. Ходжа - Г. Кресса, Л. Ионина и Т. Чередниченко) и отметьте их сходство и отличие. Поразмышляйте над тем, насколько знание их особенностей важно для современного человека?

### **Задание 6**

Используя характеристики корпоративного имиджа, попробуйте разработать концепцию имиджа (на выбор):

- высшего учебного заведения;
- завода по производству минеральной воды;
- магазина, продающего компьютеры;
- рекламного агентства;
- банка.

### **Перечень контрольных вопросов для промежуточной аттестации (экзамен) по учебной дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»**

1. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти.
2. Понятия информационные и политические процессы, их виды и формы.
3. Роль информации и коммуникации в современном постиндустриальном обществе.
4. Взаимосвязь информационного, когнитивного и географического пространств в реализации сценариев развития страны.
5. Моделирование информационных процессов взаимодействия политической власти и гражданского общества: управленческий аспект.
6. Виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждениях.
7. Проблемы проведения ситуационного анализа.
8. Типы общего анализа политической ситуации.
9. Проблемный и диагностический ситуационный анализ.
10. Понятия стратегического планирования.
11. Конструирование средствами СМИ имиджа государственной власти и государственной службы.
12. Использование новостей в региональных политических кампаниях.

13. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.
14. Основные принципы взаимодействия субъектов политики в регионе с представителями СМИ.
15. Отражение реального пространства в информационном как функция Интернета.
16. Расширение свободного пространства Интернета: проблемы этического характера и пути их решения.
17. Блоги как инструмент политического общения.
18. Коммуникативные технологии в государственном управлении.
19. Проектирование внешнеорганизационных коммуникаций.
20. Имидж государственной гражданской службы.
21. Имидж власти, имидж организации, имидж лидера.
22. Процесс конструирования имиджа.
23. Основные этапы кампании по связям с общественностью.
24. Организация и проведение PR-кампаний.
25. Аналитика и планирование PR-кампаний.
26. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.
27. Роль и значимость PR в демократическом обществе.
28. Соотношение имиджа и репутации органа власти.
29. Понятие «имидж государственной власти».
30. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
31. Роль связей с общественностью в современном обществе.
32. Связи с общественностью за рубежом: история и современность.
33. Связи с общественностью в России: история и современность.
34. «Чистые» и «грязные» технологии в избирательном процессе.
35. Информационная открытость в государственном (муниципальном) управлении.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Донецкий институт – управления – филиал РАНХиГС

**Направление подготовки** 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

**Профиль** «Региональное управление и местное самоуправление»

**Кафедра** Теории управления и государственного администрирования

**Учебная дисциплина** Связи с общественностью в органах власти

**Курс** 2 **Семестр** 4 **Форма обучения** очная

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

1. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти.
2. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.

Экзаменатор: \_\_\_\_\_ Т.А. Колесникова

Утверждено на заседании кафедры « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. (протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.)

Зав.кафедрой: \_\_\_\_\_