

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 26.06.2026 11:30:15
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.В.10 "Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе"

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным
планом)

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование направления подготовки/специальности)

"Государственная и муниципальная служба"

(наименование образовательной программы)

Магистр

(квалификация)

Заочная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2025

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) ФОС:

Иванина Е.А., канд. экон. наук, доцент, кафедры теории управления и государственного администрирования

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
 по дисциплине «Управление общественными связями в государственной
 и муниципальной службе»

1.1. Основные сведения о дисциплине (модуле)

Таблица 1

Характеристика дисциплины
 (сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	магистратура
Направление подготовки	38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Профиль	Государственная и муниципальная служба
Количество разделов дисциплины	3
Часть образовательной программы	Часть, формируемая участниками образовательных отношений Б1.В.10
Формы текущего контроля	устный опрос, ситуационное задание, реферат, доклад (сообщение), контроль знаний по разделу
<i>Показатели</i>	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Семестр	3
Общая трудоемкость (академ. часов)	144
Аудиторная контактная работа:	14
Лекционные занятия	6
Семинарские занятия	8
Самостоятельная работа	119
Контроль	9
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	экзамен

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

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
ПК-2	ПК-2.4. Способен организовывать, планировать и осуществлять внешнекорпоративные и внутрикорпоративные связи с общественностью в органах публичной власти	Знать:	
		1. основные тенденции развития связей с общественностью в органах власти в современной России;	ПК-2.4. 3-1
		2. особенности планирования работы отдела по связям с общественностью в органах власти;	ПК-2.4. 3-2
		3. принципы, особенности работы с информацией, информационными ресурсами;	ПК-2.4. 3-3
		Уметь:	
		1. осуществлять внешне корпоративную работу отдела по связям с общественностью;	ПК-2.4. У-1
		2. формировать план работы отдела по связям с общественностью в органах власти;	ПК-2.4. У-2
		3. собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство при осуществлении внешне и внутрикорпоративной деятельности в отделе по СО в ОВ;	ПК-2.4. У-3
		Владеть:	
		1. навыками публичной и научной речи;	ПК-2.4. В-1
2. методами организации различных видов диалогов органов публичной власти с	ПК-2.4. В-2		

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		институтами гражданского общества;	
		3. современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью;	ПК-2.4. В-3
ПК-2	ПК-2.5. Способен организовывать взаимодействие со СМИ и референтными группами	Знать:	
		1. общие подходы к работе с интернет ресурсами;	ПК-2.5. 3-1
		2. принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;	ПК-2.5. 3-2
		3. порядок организации специальных мероприятий отделом по связям с общественностью в органах власти; порядок организации PR-проектов	ПК-2.5. 3-3
		Уметь:	
		1. разрабатывать различные элементы PR-компаний;	ПК-2.5. У-1
		2. выстраивать конструктивный диалог со СМИ и референтными группами;	ПК-2.5. У-2
		3. объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;	ПК-2.5. У-3
		Владеть:	
		1. методами разработки различных элементов PR-компаний	ПК-2.5. В-1

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		2. методами подготовки пресс-конференций, подготовки пресс-релизов;	ПК-2.5. В-2
		3. практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью	ПК-2.5. В-3

* Должны совпадать с РПД

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства*
Раздел 1. Теоретические основы управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях				
1.	Тема 1.1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях	3	ПК-2.4. 3-1 ПК-2.4. 3-3 ПК-2.4. В-3	Опрос, сообщение, ситуационные задания
2.	Тема 1.2. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	3	ПК-2.4. 3-2 ПК-2.4. У-1	Опрос, сообщение, ситуационные задания контрольная работа по 1 разделу
Раздел 2. Организация работы с информационными ресурсами				
3.	Тема 2.1. Организация работы со средствами массовой информации	3	ПК-2.4. 3-3 ПК-2.4. У-3 ПК-2.4. В-1 ПК-2.5. 3-2 ПК-2.5. У-2 ПК-2.5. В-3	Опрос, сообщение, ситуационные задания
4.	Тема 2.2. Особенности работы с интернет-коммуникациями	3	ПК-2.4. У-3 ПК-2.4. 3-3 ПК-2.5. 3-1 ПК-2.5. У-2	Опрос, сообщение, ситуационные задания контрольная работа по 2 разделу

Раздел 3. Практические аспекты управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях				
	Тема 3.1. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	3	ПК-2.4. У-1 ПК-2.4. У-3 ПК-2.4. В-1 ПК-2.4. В-2 ПК-2.5. З-2 ПК-2.5. У-2 ПК-2.5. У-3 ПК-2.5. В-2 ПК-2.5. В-3	Опрос, сообщение, ситуационные задания
	Тема 3.2. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	3	ПК-2.4. У-3 ПК-2.4. В-1 ПК-2.4. В-3 ПК-2.5. З-3 ПК-2.5. В-2	Опрос, сообщение, ситуационные задания
	Тема 3.3. Организация PR-проектов в органах государственной власти	3	ПК-2.4. У-1 ПК-2.4. В-1 ПК-2.4. В-2 ПК-2.5. З-3 ПК-2.5. У-1 ПК-2.5. У-3 ПК-2.5. В-1	Опрос, сообщение, ситуационные задания
	Тема 3.4. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти	3	ПК-2.4. З-2 ПК-2.4. У-1 ПК-2.4. У-2 ПК-2.4. У-3 ПК-2.4. В-1 ПК-2.4. В-2 ПК-2.5. В-3 ПК-2.5. У-3	Опрос, сообщение, ситуационные задания, контрольная работа по 3 разделу

РАЗДЕЛ 2.

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе»

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 дисциплины (модуля).

Таблица 2.1.

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

Наименование Раздела/Темы	Вид задания							
	ЛЗ	СЗ			Всего за тему	КЗР	Р (СР)	ИЗ*
		УО	СитЗ	ДИ/ДВ				
Р.1.Т.1.1	1	1	2	3	7	10	5	3
Р.1.Т.1.2	1	1	2	3	7			
Р.2.Т.2.1	1	1	2	3	7	10		
Р.2.Т.2.2	1	1	2	3	7			
Р.3.Т.3.1	1	1	2	3	7	10	3	
Р.3.Т.3.2	1	1	2	3	7			
Р.3.Т.3.3	1	1	2	3	7			
Р.3.Т.3.4	1	1	2	3	7		3	
Итого: 100б	8	8	16	24	56	30	5	9

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

РЗ – разноуровневые задания;

* другие с виды используемых заданий, предложенных в приложении 1

ПЗ – практическое занятие;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

Р – реферат.

СР – самостоятельная работа обучающегося

ИЗ – индивидуальное задание

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале 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

Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины
Раздел 1. Теоретические основы управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях	
<p><u>Тема 1.1</u> Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимость и значение связей с общественностью в государственных структурах 2. Место связей с общественностью в органах власти 3. Цели деятельности связей с общественностью в органах власти 4. Принципы деятельности связей с общественностью в органах власти 5. Функции связей с общественностью в органах власти 6. Задачи связей с общественностью в органах власти
<p><u>Тема 1.2:</u> Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сформулируйте основные виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждении. 2. Назовите особенности аналитических исследований в органах власти. 3. Обоснуйте понятие стратегического планирования. 4. Сформулируйте сущность аналитической работы в госучреждении.

	5. Назовите уровни проведения аналитических исследований.
Раздел 2. Организация работы с информационными ресурсами	
<u>Тема 2.1.</u> Организация работы со средствами массовой информации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сформулируйте основные задачи связей с общественностью в госучреждении со средствами массовой информации. 2. Определите сущность информационной политики в органах власти. 3. Охарактеризуйте ведущие жанры и их особенности в освещении деятельности органов власти в СМИ. 4. Сформулируйте сущность и виды негативной информации СМИ. 5. Назовите эффективные способы противодействия фальсифицированной информации
<u>Тема 2.2.</u> Особенности работы с Интернет-коммуникациями	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определите важность и необходимость работы с интернет-коммуникациями в органах власти на современном этапе развития цивилизации. 2. Назовите особенности работы с блогами. 3. Охарактеризуйте особенности позиционирования органов власти в социальных сетях. 4. Сформулируйте отличия блога от твиттера. 5. Назовите основные позиции официального сайта
Раздел 3. Практические аспекты управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях	
<u>Тема 3.1.</u> Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определите сущность внешнекорпоративной работы в органах власти. 2. Назовите основные направления внешнекорпоративной работы связей с общественностью в органах власти. 3. Охарактеризуйте специфику взаимоотношений с внешними субъектами структуры власти. 4. Сформулируйте особенности специальных событий в органах власти. 5. Назовите алгоритм проведения торжественной части специального мероприятия
<u>Тема.3.2.</u> Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определите сущность внутрикорпоративной работы в органах власти. 2. Дайте определение корпоративной культуры. 3. Охарактеризуйте особенности формирования корпоративной культуры в органах власти. 4. Сформулируйте типичные внутрикорпоративные мероприятия. 5. Назовите основные этапы производства печатной продукции
<u>Теме 3.3.</u> Организация PR-проектов в органах	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сформулируйте значение реализации PR-проекта в государственном учреждении. 2. Назовите основные этапы подготовки и

<p>государственной власти</p>	<p>реализации PR-проекта. 3. Охарактеризуйте особенности осуществления PR-проектов в органах власти. 4. Сформулируйте отличия реализации PR-проектов в органах власти и коммерческих структурах. 5. Назовите специфику осуществления PR-проекта в органах судебной власти 6. Дайте характеристику PR-проекта в условиях проведения предвыборных компаний</p>
<p><u>Тема 3.4.</u> Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти</p>	<p>1. Сформулируйте основные отличия государственных органов власти от муниципальных. 2. Назовите основные направления связей с общественностью в органах местного самоуправления. 3. Охарактеризуйте особенности PR-деятельности в органах местной власти. 4. Определите факторы проблематики осуществления PR-деятельности в органах местной власти. 5. Назовите особенности специфики PR-деятельности в органах местной власти.</p>

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины 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 «Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе».

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Задание 1

Деятельность связей с общественностью в органах государственной власти обеспечивает согласование общесоциальных, корпоративных (групповых) и частных интересов, что и определяет наличие и сочетание разнообразных функций.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правового столбца (в соответствии может быть несколько правильных ответов)

Характеристика сущности функции управления связями с общественностью в органах власти		Наименование функции управления связями с общественностью в органах власти	
А	Направлена на реализацию коммуникационной политики органов власти	1	Аналитическая
Б	Определяет правовое обеспечение деятельности службы по связям с общественностью.	2	Информационная функция
В	Предполагает знание основ законодательства, подпадающего под компетенцию профессиональной деятельности	3	Правовая.
Г	Реализуется путём проведения исследований значимых для общества процессов, событий и явлений, общественного мнения, ожиданий и потребностей, отношения к органу власти, его		

	восприятия, имиджа и репутации		
Д	Включает изучение внешних и внутренних обстоятельств процессов, анализ событий, фактов и ситуаций, оценку общественного мнения		

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 2

Внимательно прочтите предложенные варианты ответа, выберите правильные ответы, запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов:

2

Отдел по связям с общественностью ежегодно осуществляет разработку перспективного плана. Такой план включает основные направления PR-деятельности на следующий год. Укажите, что из перечисленного относится к мероприятиям перспективного плана отдела по связям с общественностью.

А. Создание внутрикорпоративного сайта организации, организация корпоративных выездов сотрудников с семьями, прочих мероприятий;

Б. Организация конференции по вопросам взаимодействия организации и общественности; расширение адресной программы;

В. Выполнение работ по формированию бюджета организации;

Г. Организовать и расширять взаимодействие с ведущими интернет-информационными изданиями региона; организовать проведение пресс-конференций по актуальным вопросам работы организации;

Д. Разработка кодекса корпоративной этики и плана его внедрения в деятельность организации.

Ответ:

Задание 3

Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки

При правильном построении своей работы специалисты PR-отдела способны не только разрешать, но и предотвращать конфликтные ситуации. Определенные PR-мероприятия могут использоваться как инструмент преодоления внутриорганизационных конфликтов. Какие именно меры целесообразно использовать в таком случае?

Ответ:

Задание 4

Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки

Завтра – сражение. В эскадре адмирала Нельсона все, кто мог, писали письма на Родину (в Англию). Офицеры и матросы столпились на берегу. На фрегате подняты паруса – он отчаливает. Но вдруг обнаружилось, что молодой моряк, собиравший почту в мешок, в спешке забыл опустить собственное письмо. Одновременно об этом узнали дежурный офицер и адмирал Нельсон.

- Вопрос:
1. Что сделал согласно уставу офицер?
 2. Что сделал согласно канонам Public Relations Нельсон?
 3. Какова роль поступка Нельсона с точки зрения Public Relations?

Задание 5

Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки

Существует выражение: «Если вы хотите, чтобы оркестр играл вместе, иногда старайтесь дирижировать непонятно».

Задание:

1. В каких случаях обоснована эта рекомендация для работы отдела по связям с общественностью в органах власти?
2. В чем полезность данной рекомендации?

Ответ:

Задание б

Прочитайте текст и установите последовательность действий:

Разработка сайта выступает инструментом для позиционирования органа власти, эффективного общения с различными целевыми аудиториями и оперативного взаимодействия со СМИ. Основными этапами разработки сайта организации являются:

- А) разработка дизайна с соблюдением всех нормативных правовых требований;
- Б) обучение специалистов на стороне заказчика особенностям размещения и обновления информации на готовом сайте;
- В) интеграция программной части сайта в существующую информационную структуру - размещение проекта на сервере;
- Г) составление технического задания на разработку сайта;
- Д) разработка программной части будущего сайта и обеспечение соответствия требованиям информационной безопасности.

Запишите соответствующую последовательность букв слева направо:

--	--	--	--	--

Задание 7

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа:

Взаимодействие специалистов по связям с общественностью с печатными изданиями предполагает подготовку и публикацию в них материалов различных жанров. Наиболее распространенными являются следующие жанры: информация; расширенная информация, отчет, пресс-релиз, комментарий, интервью, репортаж, статья, зарисовка. Какой из этих жанров преобладает среди остальных жанров, если редакции печатных изданий заинтересованы в постоянном освещении деятельности органов власти?

- А) расширенная информация;

- Б) пресс-релиз;
 - В) информация
 - Г) репортаж, комментарий;
 - Д) отчет, статья;
 - Е) интервью и зарисовка.
- Ответ:

Задание 8

Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки:

Размещение информации об организации на любом из теле- или радио каналов зависит от значимости самой информации. Почему стоит рассматривать адекватность специфики теле- или радиоканала (равно как специфики тех или иных программ) специфике организации и специфике информации о ней?

Задание 9

Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки:

Специалист отдела по связям с общественностью обнаружил активное обсуждение в социальных сетях некой клеветнической информации, опубликованной в одном из печатных изданий города о вашей организации. Составьте алгоритм реагирования на данное явление.

Ответ:

Задание 10

Внимательно прочитайте текст задания и вникните в суть вопроса, продумайте логику и полноту ответа, запишите ответ, используя четкие компактные формулировки:

Недостаток информации порождает слухи, с которыми зачастую бороться тяжелее, чем с самим кризисом, тем более в сети Интернет.

Задание:

Какие слухи могут породить народные волнения?

Как им противодействовать?

Какова суть каждого из методов противодействия слухам?

Ответ:

2.3 Рекомендации по оцениванию результатов ситуационных заданий

Максимальное количество баллов*	Правильность (ошибочность) решения
Отлично	Полные верные ответы. В логичном рассуждении при ответах нет ошибок, задание полностью выполнено. Получены правильные ответы, ясно прописанные во всех строках заданий и таблиц
Хорошо	Верные ответы, но имеются небольшие неточности, в целом не влияющие на последовательность событий, такие как небольшие пропуски, не связанные с основным содержанием изложения. Задание оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию вопроса
Удовлетворительно	Ответы в целом верные. В работе присутствуют несущественная хронологическая или историческая ошибки, механическая ошибка или описка, несколько искажившие логическую последовательность ответа
	Допущены более трех ошибок в логическом рассуждении, последовательности событий и установлении дат. При объяснении исторических событий и явлений указаны не все существенные факты
Неудовлетворительно	Ответы неверные или отсутствуют

* Представлено в таблице 2.1.

ТИПОВЫЕ СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Ситуация 1 к теме 1.3. Организация работы со средствами массовой информации

Описание ситуации. «Подготовка выступления»

Очень часто руководству и специалистам отделов PR на различного рода мероприятиях приходится обращаться к аудитории с кратким выступлением.

Перечень мероприятий:

1. Церемония открытия выставки достижений народного хозяйства.
2. Праздничное мероприятие в Республике (городе).
3. Представительский прием почетных гостей Республики.
4. Открытие экономического (медицинского, научного) Форума в Республике.

Контрольный вопрос. Подготовьте подобное выступление по указанным выше поводам.

Ситуация 2 к теме 2.1. Организация работы со средствами массовой информации

Описание ситуации. «Составление пресс-релиза»

Перечень новостных поводов:

1. Посевные работы в Республике.
2. Республиканские и международные соревнования по какому-либо виду спорта.
3. Открытие новых отделений Центрального Республиканского Банка.
4. Результаты социально-экономического развития Республики.
5. Восстановление жилого фонда.
6. Проведение крупного культурно-массового мероприятия.

Контрольный вопрос. Составьте пресс-релиз для указанных новостей.

Ситуация 3 к теме 2.2. Особенности работы с Интернет-коммуникациями

Описание ситуации. «Источник информации»

Каким образом, на ваш взгляд, качественные характеристики источника информации в сети Интернет влияют на следующие параметры передаваемого сообщения:

- первое восприятие ценности информации;
- «весомость» сообщения;
- доверие к сообщению;
- длительность воздействия на аудиторию.

Проанализируйте качественные характеристики следующих лиц и организаций как «производителей» информации:

- В.В. Путин;
- Д.В. Пушилин;
- ОД «Донецкая Республика»
- ОД «Свободный Донбасс»
- Сергей Лавров;
- Владимир Жириновский;
- свой вариант.

Контрольный вопрос. Каким образом, на ваш взгляд, качественные характеристики источника информации влияют на восприятие информации либо личности?

Ситуация 4 к теме 2.2. Особенности работы с Интернет-коммуникациями

Описание ситуации. Практическое задание «Слухи»

Недостаток информации порождает слухи, с которыми зачастую бороться тяжелее, чем с самим кризисом, тем более в сети Интернет. Какие слухи могут породить следующие кризисы?

1. Народные волнения.
2. Сокращение объема производства и отправление в административный отпуск четверти персонала.
3. Отставка главы Администрации и назначение на его пост бывшего начальника милиции.

Контрольный вопрос. Используя стратегии борьбы со слухами, предложите конкретные действия по борьбе со слухом. «Слух» выбирается самостоятельно.

Ситуация 5 к теме 3.1. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти

Описание ситуации. «Если вы хотите, чтобы оркестр играл вместе, иногда старайтесь дирижировать непонятно». В каких случаях обоснована эта рекомендация?

Ситуация для обсуждения. Завтра – сражение. В эскадре адмирала Нельсона все, кто мог, писали письма на Родину (в Англию). Офицеры и матросы столпились на берегу. На фрегате подняты паруса – он отчаливает. Но вдруг обнаружилось, что молодой моряк, собиравший почту в мешок, в спешке забыл опустить собственное письмо. Одновременно об этом узнали дежурный офицер и адмирал Нельсон.

Контрольный вопрос. Что сделал (согласно уставу) офицер и что (согласно канонам Public Relations) Нельсон?

Ситуация 6 к теме 3.1. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти

Описание ситуации. Практическое задание «Антикурильщик»

Проблема курения молодежи вызывает серьезную тревогу у врачей и демографов. **Контрольный вопрос.** Используя схему коммуникации И. Эвен-Зоара, разработайте вариант позиционирования опасности курения для молодежи от 14 до 18 лет, учитывая специфику данной целевой группы.

Ситуация 7 к теме 3.2. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти

Описание ситуации. Выполнение работы по формулировке миссии конкретного государственного учреждения, организации, предприятия из реальной практики в сфере государственного и муниципального управления.

Цель такого вида самостоятельной работы студента – закрепить теоретический материал по заданной теме и сформировать навык конструирования миссии организации, в данном случае, осуществляющей деятельность в сфере государственного и муниципального управления.

Миссия организации – выражение ее философии и смысла существования:

- декларирует статус предприятия, принципы его работы, намерения руководства;
- устремлена в будущее и не должна зависеть от текущего состояния организации;
- формируется высшим руководством организации, которое несет полную ответственность за ее воплощение в жизнь путем постановки и реализации целей организации.

Таким образом, выполняя самостоятельную работу по разработке миссии организации, необходимо принять во внимание, что центральным моментом миссии является ответ на вопрос: какова главная цель организации?

В процессе выполнения работы полезным будет ознакомиться с примером конструирования миссии компании «Johnson & Johnson» – «Наше кредо».

- Мы полагаем, что наша первая ответственность перед врачами, медсестрами и пациентами, матерям и отцами и всеми другими, кто использует наши продукты и услуги. Мы должны постоянно снижать наши издержки с целью поддержания обоснованных цен. Потребительские заказы должны удовлетворять полностью и точно.
- Наши поставщики и дистрибьюторы должны иметь возможность делать достойную прибыль.
- Наша ответственность перед нашими служащими, мужчинами и женщинами, которые работают с нами во всем мире. Каждый должен рассматриваться как индивидуальность. Мы должны охранять их занятости. Компенсации должны быть справедливыми и адекватными, а условия труда – здоровыми, упорядоченными и безопасными. Служащие должны себя чувствовать свободно, вносить свои просьбы и предложения. Равным образом они должны иметь возможности для работы, развития и карьеры в соответствии с их квалификацией.

- Мы должны обеспечить компетентный менеджмент и действовать этично и в рамках закона.
- Наша ответственность перед общинами, где мы работаем и живем, равным образом и перед мировым сообществом.
- Мы должны быть хорошими гражданами, поддерживать хорошие дела вносить свою долю налогов.
- Мы должны улучшать жизнь, здравоохранение и образование, защищать доступными мерами окружающую среду и природные ресурсы.
- Наша финальная ответственность перед акционерами. Бизнес должен давать ощутимую прибыль. Мы должны экспериментировать с новыми идеями, исследования должны поддерживаться, инновационные программы развиваться, а ошибки оплачиваться.
- Новое оборудование должно внедряться, продуктам должны придаваться новые качества. Должны создаваться резервы на непредвиденные случаи.
- Когда мы будем действовать в соответствии с этими принципами, акционеры должны получать хороший доход.

Контрольный вопрос. Таким образом, в ходе выполнения самостоятельной работы необходимо учитывать, что процесс разработки корпоративной миссии включает такие процедуры, как: стратегическое планирование; разработка корпоративной культуры; внутренних коммуникаций; должностных полномочий.

Преимущества хорошей миссии заключаются в то, что она:

- дает ясность пути развития организации;
- обеспечивает информацию, воодушевляет сотрудников;
- идентифицирует бизнес организации в будущем;
- обеспечивает определение ее успеха;
- обеспечивает жизненную установку, в которую можно трансформировать цели на каждом уровне управления.

3) выбрать тип внутрикорпоративного мероприятия и осуществить разработку плана и программы его проведения

4) разработать информационный буклет об организации, или по выбранному информационному поводу

Ситуация 8 к теме 3.3. Организация PR-проектов в органах государственной власти

Описание ситуации. Анализ реальной практики успешных PR-кампаний различных типов.

Для выполнения данного вида самостоятельной работы студенту необходимо по предложенным критериям оценки проанализировать практику проведения PR-кампаний из различных областей деятельности различной

направленности на предмет соответствия основным принципам, методам и технологиям в ходе их реализации.

Критерии оценки успешности PR-кампаний:

1. Образовательный аспект – предложение новой перспективы по известной проблеме или просвещение аудитории по актуальному для нее вопросу.

2. Инжиниринг – фактор, обладающий принципиальным значением для изменения поведения – цель любой PR-кампании. Например, удобное размещение контейнеров для мусора, если стоит цель обеспечения чистоты окружающей среды.

3. Подкрепление – наличие чего-то большего, нежели простой стимул с целью подчеркнуть важность кампании. Например, многочисленные PR-кампании по пропаганде автомобильного ремня безопасности прошли через фазы образования и инжиниринга, но это вызвало изменение поведения лишь для подкрепления требований закона о штрафах.

4. Наделение правами – форма усиления. Убежденная в ценностях призывов общественность становится носителями ее обращений.

5. Оценка кампании определяет степень изменения в массовом поведении.

Контрольный вопрос. Таким образом, выполняемая задача в ходе самостоятельной работы – закрепление теоретического материала и получение навыков аналитической деятельности в области профессионального построения коммуникативных событий.

Ситуация 9 к теме 3.4. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти

Описание ситуации. *«Должностные обязанности PR-специалиста» в городской Администрации.* Ознакомьтесь с приведенными должностными обязанностями специалиста по связям с общественностью.

Должностные обязанности специалиста по связям с общественностью в органах местного самоуправления

Существуют разные способы описания должностных обязанностей специалистов по связям с общественностью. Некоторые описывают работу PR-специалиста, перечисляя конкретные составляющие данной функции: связи с прессой, связи с инвесторами, связи с местной общественностью, отношения со служащими, связи с государственными органами и т.д.

Однако такой подход не позволяет описать многие виды деятельности и разнообразные обязанности, связанные с повседневной практикой специалиста в области связей с общественностью. Приведем перечень работ, которыми PR-специалисты занимаются в действительности.

1. Написание и редактирование. Составление сообщений для печати и передачи в эфир, тематических статей, информационных бюллетеней для служащих и общественности, писем, сообщений для Web-узла и других служб оперативной информации, отчетов о результативности работы исполнительного, представительного органов местного самоуправления, речей, брошюр, сценариев фильмов и слайд-шоу, статей в профессиональных изданиях, объявлений социальной рекламы.

2. Связи со средствами массовой информации. Контакты с представителями средств массовой информации, журналов и воскресных приложений, с независимыми писателями, а также с представителями профессиональных изданий. Цель подобных контактов – склонить соответствующие издания или средства массовой информации к публикации (или передаче в эфир) новостей и сюжетов об Администрации города (муниципальном учреждении), эти новости и сюжеты могут быть подготовлены самой организацией. Реагирование на запросы со стороны СМИ, проверка публикуемых материалов и доступ к влиятельным источникам информации.

3. Исследования. Сбор информации об общественном мнении, тенденциях, появляющихся проблемах, политическом климате и законодательстве, сообщениях в средствах массовой информации, группах особых интересов и прочих вопросах, касающихся жизни местного сообщества, или конкретной социальной группы. Просмотр Internet, служб оперативной информации, государственных электронных баз данных. Планирование программ исследований, проведение опросов, организация заказов у исследовательских фирм.

4. Управление и администрирование. Составление программ и планов в сотрудничестве с другими менеджерами; определение потребностей, установление приоритетов, определение общественных групп, постановка целей, а также разработка стратегии и тактики. Администрирование персонала, бюджета и графиков выполнения программ.

5. Консультирование. Рекомендации высшему руководству Администрации города по социальному, политическому и нормативному окружению; проведение консультаций с группой заместителей главы администрации и начальниками отделов по направлениям работы по поводу того, как избежать кризиса (и как на него реагировать, если он произойдет), работа с лицами, ответственными за принятие важнейших решений, с целью разработки стратегий управления критическими и болезненными проблемами и своевременного реагирования на них.

6. Специальные события. Организация и проведение конференций для обсуждения новостей, совещаний, дней открытых дверей, торжественного открытия выставок и т.п. с «разрезанием ленточки», празднования годовщин, событий, связанных с передачей пожертвований в благотворительные фонды, визитов высокопоставленных лиц, конкурсов и соревнований, программ награждения и прочих нерядовых мероприятий.

7. Устные выступления. Выступления с речью перед различными группами, оказание помощи другим в подготовке выступлений, а также руководство специальной группой докладчиков, обеспечивающим создание для организации «платформы» перед важной для нее аудиторией слушателей.

8. Производство. Создание средств коммуникации на основе знания и умения пользоваться возможностями мультимедиа, в том числе изобразительными и оформительскими средствами, фотографией, версткой и настольными компьютерными издательскими системами; запись и редактирование аудио- и видеоинформации; подготовка аудиовизуальных презентаций.

9. Обучение. Подготовка руководителей и других штатных докладчиков к работе со средствами массовой информации и публичным выступлениям. Совершенствование устной и письменной речи других сотрудников. Оказание помощи во внесении изменений в организационную культуру, политику, структуру и процесс.

10. Контакт. Выполнение роли связующего звена со средствами массовой информации, местной общественностью и другими внутренними и внешними группами. Выполнение роли посредника между организацией и ее важнейшими акционерами: выслушивание их предложений, проведение переговоров, улаживание конфликтов и достижение согласия. Выполнение роли гостеприимного хозяина при встрече гостей и посетителей учреждения (предприятия); организация их досуга.

Контрольный вопрос. Какие, по вашему мнению, обязанности из приведенного перечня занимают больше всего времени в деятельности специалистов?

2.4 Рекомендации по оцениванию результатов деловой (ролевой) игры

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся (индивидуально или как участнику группы), если содержание его деятельности полностью соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; четко организована работа по сюжету игры, присутствует вариативность в разрешении игровой ситуации, комментарии по ходу игры основываются на понятийном аппарате предметной области и иллюстрируют основные закономерности изучаемой дисциплины и ее прикладной аспект
Хорошо	Выставляется обучающемуся (индивидуально или как сотруднику группы), если содержание его деятельности в основном соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; игровой сюжет находит развитие, комментарии по ходу игры включают понятийный аппарат предметной области и отражают в основном понимание прикладного аспекта изучаемой дисциплины
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся (индивидуально или как сотруднику группы), если содержание его деятельности в целом соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; игровой сюжет не детализируется, комментарии по ходу игры в небольшой степени опираются на понятийный аппарат предметной области, прикладной аспект изучаемой дисциплины представлен фрагментарно
Неудовлетворительно	выставляется обучающемуся (индивидуально или как сотруднику группы), если содержание его деятельности лишь частично соответствует теме, концепции, содержанию игры и принятой роли; игровой сюжет не развивается, комментарии по ходу игры отсутствуют, обучающийся не демонстрирует понимания прикладного аспекта изучаемой дисциплины

* Представлено в таблице 2.1.

ТИПОВАЯ ДЕЛОВАЯ (РОЛЕВАЯ) ИГРА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Деловая игра к теме 1.1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях

Тема: Ролевая игра «Суд над PR»

Цель игры: сформировать отношение студентов к современным PR.

Концепция игры: Группа делится на три подгруппы: обвинителей, адвокатов и присяжных. При «выпадении» одного-двух человек из процесса (например, при их нежелании работать) им дается персональное задание – написать пять причин, по которым один из них стал заниматься PR, а другой(-нет) ни за что не связал(-и) бы свою жизнь с PR, не выбрал(-и) бы эту

специальность. Впоследствии можно будет использовать в качестве свидетелей.

Роли (ролевые группы): Представители одной из групп становятся «обвинителями», их задача – выявить и предоставить «суду» как можно больше фактов, подтверждающих, что PR приносит гораздо больше вреда, чем пользы. Задача второй группы – «защиты» – предоставить «суду» как можно больше фактов и аргументов в пользу PR в подтверждение ее полезности, эффективности и необходимости в современном обществе.

Третья группа – «присяжные заседатели» – призвана сделать мотивированное заключение по результатам слушаний. Ее задача на этапе внутригрупповых обсуждений – попытаться самим взвесить все «за» и «против» в процессе выступлений, внимательно слушать и замечать сильные и слабые стороны в выступлениях команд, а после вынести вердикт: «Имеет ли PR право на существование» и проанализировать, какая команда выступала лучше, как были построены выступления команд, что понравилось/не понравилось присяжным.

Ожидаемый результат: Преподавателю достается роль судьи. Его задача – объявлять порядок выступлений, заострять внимание на более важных и дискуссионных моментах и подводить окончательные итоги.

Деловая игра к теме 1.2. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах

Тема: «Создание PR-службы»

Концепция игры: Описание функций и разработка оргструктуры PR-службы. Выступление и защита своего проекта: доклад, вопросы на уточнение, дискуссия, пожелания, рекомендации.

Роли (ролевые группы): Слушатели распределяются по группам 5-6 человек. Группа выбирает вариант PR-структуры: отдел в фирме или корпорации, небольшое частное PR-агентство, крупная PR-компания и др.

Ожидаемый результат: Оценка каждого выступления. Что понравилось, не понравилось? Выбор лучшей презентации.

Деловая игра к теме к теме 2.1. Организация работы со средствами массовой информации

Тема: **Ролевая игра «Размещение сообщения»**

Концепция игры: Задача состоит в том, чтобы разместить в СМИ подготовленный пресс-релиз.

Для перевода своего сообщения на язык, понятный аудитории, политический деятель может обратиться к специалисту по написанию речей – спичрайтеру. Написанная речь должна быть изложена в форме пресс-релиза. Пресс-секретарь выбирает из написанной речи то, что, по его мнению, является самым существенным.

Редактор газеты может переработать поданный пресс-релиз с учетом ментальности групп населения, имеющих наибольшее значение для данной газеты.

Роли (ролевые группы): Обыграйте в группе следующую ситуацию: распределите роли (политического деятеля, спичрайтера, пресс-секретаря, редактора газеты) и произведите процесс отправления и кодирования сообщения, исходя из следующих условий:

- 1) политик – из крыла левых, газета представляет интересы крайне правых слоев населения;
- 2) политик – либерал, газета представляет интересы левых;
- 3) политик – коммунист, газета позиционируется как центристская.

Ожидаемый результат: Формирование умения подготовки пресс-релиза с учетом разносторонних интересов политических сил.

2.5. Рекомендации по оцениванию дискуссионных тем для круглого стола (дискуссии, диспуты, дебаты).

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	<ul style="list-style-type: none"> - полное раскрытие темы; - указание точных названий обсуждаемых явлений, знание современного состояния проблемы; - правильная формулировка понятий и категорий; - самостоятельность ответа, умение вводить и использовать классификации и квалификации, анализировать и делать собственные выводы по рассматриваемой теме; - использование материалов современной отечественной и зарубежной литературы и иных материалов и др.
Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> - недостаточно полное раскрытие темы; - несущественные ошибки в определении понятий, категорий и т.п., кардинально не меняющих суть изложения; - репродуктивность ответа: отсутствие самостоятельного анализа и оценочных суждений - недостаточное использование материалов современной отечественной и зарубежной литературы и иных материалов и др.
Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - отражение лишь общего направления темы; - наличие достаточного количества несущественных или одной- двух существенных ошибок в определении понятий и категорий и т.п.; - неспособность осветить современное состояние проблемы
Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - содержание темы не раскрыто; - большое количество существенных ошибок; - отсутствие умений и навыков, обозначенных выше в качестве критериев выставления положительных оценок др.

* Представлено в таблице 2.1.

ТЕМЫ ДИСКУССИЙ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 1.1.:

Проведение диспута по следующим вопросам:

1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий
2. Сущность взаимосвязи и специфики реализации: СО и журналистика, СО и реклама, СО и паблисити, СО и менеджмент, СО и маркетинг, СО и пропаганда.

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 1.2.:

Выступление с докладами с последующим их обсуждением

Тематика докладов:

1. Роль кинематографа в PR-практике.
2. Деятельность службы PR политических партий (на конкретном примере).
3. PR в деятельности силовых структур.
4. PR в Интернете.
5. Работа с лидерами общественного мнения в онлайн-среде.
6. Технологии ведения информационно-психологических войн.

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 2.1.:

1. Технологии ведения информационно-психологических войн.
2. Противодействие информационной агрессии в сети Интернет
3. Создание и продвижение персонального бренда политика в сети Интернет.
4. Лоббизм. Формы и методы лоббистской деятельности.
5. Слухи и сплетни как инструменты PR.

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 2.2.:

Проведение диспута по следующим вопросам:

1. Интернет как форма глобального общественного воздействия.
2. Особенности работы в сети.
3. Мониторинг общественного мнения в социальных сетях.
4. Пути формирования общественного мнения через интернет-ресурсы

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 3.1.

Тематика дискуссионного обсуждения:

1. Прогрессивные технологии организации специальных мероприятий
2. Эффективность использования устного и печатного слова, фотографии, кино-аудиовизуальных средств, рекламы, выставок и др в связях с общественностью
3. Организация и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров: этапы и программы.

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 3.2.

1. Особенности деятельности специалиста по связям с общественностью как государственного чиновника.
2. Специфика информационной работы в отраслевых министерствах и департаментах.
3. Особенности работы пресс-службы регионального представительного органа государственной власти.
4. Понятие «протокол». Функции протокола.

5. Технологии написания речей для руководителя.

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 3.3.:

Задание 1. Подготовить ответы на вопросы:

Тематика дискуссионного обсуждения:

1. Возможности и ограничения Интернет-ресурсов для PR-деятельности органов власти
2. Формирования имиджей политических лидеров
3. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората

Вопросы для обсуждения и выполнения заданий по теме 3.4.:

1. Бренд и брендинг: в системе государственного управления; в государственной политике.
2. Социальная ответственность бизнеса: сущность и перспективы развития в России.
3. Технологии формирования позитивного общественного мнения в отношении решений и проектов органов государственной власти.
4. Агитационно-рекламное сопровождение избирательных кампаний.

2.6. Рекомендации по оцениванию эссе (рефератов, докладов, сообщений).

Максимальное количество баллов	Критерии
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 и 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 оформлении работы.

ТЕМЫ ЭССЕ (РЕФЕРАТОВ, ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Тематика рефератов

1. Роль кинематографа в PR-практике.
2. Деятельность службы PR политических партий (на конкретном примере).

3. PR в деятельности силовых структур.
4. PR в Интернете.
5. Работа с лидерами общественного мнения в онлайн-среде.
6. Технологии ведения информационно-психологических войн.
7. Противодействие информационной агрессии в сети Интернет
8. Создание и продвижение персонального бренда политика в сети Интернет.
9. Лоббизм. Формы и методы лоббистской деятельности.
10. Слухи и сплетни как инструменты PR.
11. Деструктивные технологии в избирательных кампаниях.
12. Манипуляции в сфере общественных отношений.
13. Бренд и брендинг.
14. Социальная ответственность бизнеса: сущность и перспективы развития в России.
15. Технологии формирования позитивного общественного мнения в отношении решений и проектов органов государственной власти.
16. Агитационно-рекламное сопровождение избирательных кампаний.
17. Информационно-аналитическое сопровождение избирательных кампаний.
18. Юридическое сопровождение избирательных кампаний.
19. Внешнеполитическая пропаганда и PR.
20. Невербальные коммуникации и PR.
21. Лоббирование в представительных органах государственной власти как элемент политических PR-технологий.
22. Взаимодействие органов власти с политическими партиями и движениями, некоммерческими организациями.
23. Репутация органов власти как предмет деятельности службы по связям с общественностью.

Темы для подготовки презентаций

1. Основные этапы кампании по связям с общественностью.
2. Современные политические выборные исследования.
3. Организация и проведение PR-кампаний.
4. Проблема организации специальных событий и коммуникаций.
5. Аналитика и планирование PR-кампаний.
6. Стратегические политико-коммуникационные кампании.
7. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и прочих государственных учреждениях.
8. Особенности деятельности специалиста по связям с общественностью как государственного чиновника.
9. Специфика информационной работы в отраслевых министерствах и департаментах.
10. Особенности работы пресс-службы регионального представительного органа государственной власти.

11. Понятие «протокол». Функции протокола.
 12. Технологии написания речей для руководителя.
 13. Политические заявления в информационной работе.
 14. PR и государственные организации: специфика взаимодействий.
 15. Развитие общественных связей как информационного моста в процессе регулирования отношений между гражданами и государством.
 16. Роль и значимость PR в демократическом обществе.
- Темы презентаций могут также совпадать с темой реферата.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО РАЗДЕЛАМ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление общественными связями в государственной и муниципальной службе

Раздел 1. Теоретические основы управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях

1. Необходимость и значение связей с общественностью в государственных структурах
2. Место связей с общественностью в органах власти
3. Цели деятельности связей с общественностью в органах власти
4. Принципы деятельности связей с общественностью в органах власти
5. Функции связей с общественностью в органах власти
6. Задачи связей с общественностью в органах власти
7. Сформулируйте основные виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждении.
8. Назовите особенности аналитических исследований в органах власти.
9. Обоснуйте понятие стратегического планирования.
10. Сформулируйте сущность аналитической работы в госучреждении.
11. Назовите уровни проведения аналитических исследований.

Раздел 2. Организация работы с информационными ресурсами

12. Сформулируйте основные задачи связей с общественностью в госучреждении со средствами массовой информации.
13. Определите сущность информационной политики в органах власти.
14. Охарактеризуйте ведущие жанры и их особенности в освещении деятельности органов власти в СМИ.
15. Сформулируйте сущность и виды негативной информации СМИ.
16. Назовите эффективные способы противодействия фальсифицированной информации
17. Определите важность и необходимость работы с интернет-коммуникациями в органах власти на современном этапе развития цивилизации.

18. Назовите особенности работы с блогами.
19. Охарактеризуйте особенности позиционирования органов власти в социальных сетях.
20. Сформулируйте отличия блога от твиттера.
21. Назовите основные позиции официального сайта

Раздел 3. Практические аспекты управления связями с общественностью в государственных органах и учреждениях

22. Определите сущность внешнекорпоративной работы в органах власти.
23. Назовите основные направления внешнекорпоративной работы связей с общественностью в органах власти.
24. Охарактеризуйте специфику взаимоотношений с внешними субъектами структуры власти.
25. Сформулируйте особенности специальных событий в органах власти.
26. Назовите алгоритм проведения торжественной части специального мероприятия
27. Определите сущность внутрикорпоративной работы в органах власти.
28. Дайте определение корпоративной культуры.
29. Охарактеризуйте особенности формирования корпоративной культуры в органах власти.
30. Сформулируйте типичные внутрикорпоративные мероприятия.
31. Назовите основные этапы производства печатной продукции
32. Сформулируйте значение реализации PR-проекта в государственном учреждении.
33. Назовите основные этапы подготовки и реализации PR-проекта.
34. Охарактеризуйте особенности осуществления PR-проектов в органах власти.
35. Сформулируйте отличия реализации PR-проектов в органах власти и коммерческих структурах.
36. Назовите специфику осуществления PR-проекта в органах судебной власти
37. Дайте характеристику PR-проекта в условиях проведения предвыборных компаний
38. Сформулируйте основные отличия государственных органов власти от муниципальных.

39. Назовите основные направления связей с общественностью в органах местного самоуправления.

40. Охарактеризуйте особенности PR-деятельности в органах местной власти.

41. Определите факторы проблематики осуществления PR-деятельности в органах местной власти.

42. Назовите особенности специфики PR-деятельности в органах местной власти.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
»

Направление подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Профиль «Государственная и муниципальная служба»

КАФЕДРА ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОГО
АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Учебная дисциплина: Управление общественными связями в государственной и
муниципальной службе

Курс II

Семестр III

Форма обучения: заочная

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

1. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти
2. Организация PR-деятельности в администрации муниципального образования

3. Дайте ответ на тестовые задания.

1. Стратегическое планирование является инструментом, помогающим в принятии:

Выберите один ответ:

- a) правильного решения;
- b) управленческого решения;
- c) нет правильного ответа.

2. Результатом разумного стратегического планирования являются следующие

показатели

выберите один неправильный ответ:

- a) получение прибыли руководством
- b) общая программа, при надлежащем исполнении которой общие усилия приводят к достижению конкретных целей;
- c) содействие и участие руководства организации и ведущих ее подразделений;
- d) тщательный выбор направлений деятельности.

3. Процессы планирования включают следующие стадии

выберите один неправильный ответ:

- a) Определение задач, а также характера и масштаба предстоящей работы.
- b) Установление и конкретизация показателей эффективности. Выбор и постановка задач. Определение результатов, которых необходимо достичь.
- c) Составление плана процессов.
- d) Определение путей достижения конкретных целей.

Экзаменатор _____

(подпись)

Е.А. Иванина

(ФИО)

Утверждено на заседании кафедры - ____ .2024 г. (протокол № ____ от ____ .2024 г.)

Зав. кафедрой: _____

Е.В. Хасанова