

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
Брянский филиал РАНХиГС**

Кафедра государственного, муниципального управления
и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры государственного,
муниципального управления и управления
персоналом
Протокол № 12
от «05» сентября 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.10.1 Связи с общественностью в органах государственной
власти**

Связи с общ. в орг. власти

краткое наименование дисциплины (при наличии)

по направлению подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

(код и наименование направления подготовки)

Государственная и муниципальная служба

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(формы обучения)

Год набора - 2019

Брянск, 2018 г.

Автор-составитель:

доктор филологических наук, доцент кафедры государственного, муниципального
управления и управления персоналом Гавриков В.А.

Заведующая кафедрой государственного, муниципального управления и управления
персоналом, кандидат политических наук, доцент Болховитина Т.С.

Содержание

1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2.	Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Содержание и структура дисциплины	7
4.	Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	12
5.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	24
6.	Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	32
	6.1. Основная литература	32
	6.2. Дополнительная литература	32
	6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	32
	6.4. Нормативные правовые документы	32
	6.5. Интернет-ресурсы	32
	6.6. Иные источники	32
7.	Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	33

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.10.1 «Связи с общественностью в органах государственной власти» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-4	Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	ОПК-4.3	Владение навыками деятельности в информационно-коммуникационном пространстве, поддерживать электронные коммуникации в системе государственной службы, владение технологиями делового общения.
ОПК-6	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ОПК-6.2	Способность находить решения и анализировать полученные решения организационно-управленческих задач с использованием информационных технологий.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-4.3	на уровне знаний: - структуры и содержания информационно-коммуникационного пространства; - технологий делового общения;
		на уровне умений: - поддерживать электронные коммуникации в системе государственной службы; - применения технологий делового общения в служебной

		деятельности; на уровне навыков: - деятельности в информационно-коммуникационном пространстве; - поддерживать электронные коммуникации в системе государственной службы; - применения технологий делового общения в служебной деятельности.
	УК ОС-6.2	на уровне знаний: - особенности информационно-коммуникационных технологий; на уровне умений: - осуществлять классификацию информационных технологий в соответствии с требованиями решаемых задач; - использовать возможности электронной коммуникации для организации информационного взаимодействия; - проводить поиск и анализ требуемых данных с использованием различных источников информации. на уровне навыков: - выбора и обоснования основных требований к информационной безопасности; - оценки возможных последствий решения организационно-управленческих задач с позиций информационной безопасности.;

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, всего - 72 часа. Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся по очной форме обучения:

Вид работы	Количество академических часов	Количество астрономических часов
Контактная работа с преподавателем	36	27
Лекции	16	12
Практические занятия	20	15
Самостоятельная работа	36	27

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.10.1 «Связи с общественностью в органах государственной власти» изучается на 2 курсе (4 семестр). Дисциплина реализуется после изучения дисциплин: «Компьютерный практикум», «Информатика в управлении», «Деловые коммуникации», «Документационное обеспечение и делопроизводство в государственном и муниципальном управлении».

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является зачет (при реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий организация промежуточной аттестации осуществляется посредством информационно-образовательной среды Филиала).

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/ п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины , час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Л	ПЗ	ЛР	СР	КСР	
1.	Теория, практика и история связей с общественностью	4	2			2		О
2.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью	4		2		2		О, ПР
3.	Профессиональный статус и обязанности ПР-специалиста, структура ПР-отдела	6	2			4		О
4.	Связи с общественностью в деятельности органа власти и политической партии	8	2	2		4		О, ПР
5.	Связи с общественностью в деятельности коммерческих и некоммерческих организаций. Внутренние и внешние связи с общественностью	4	2			2		О
6.	Понятие и функции имиджа в связях с общественностью. Бренд. Фирменный стиль	8	2	2		4		О, ПР
7.	Базовые ПР-документы. Пресс-сводка	6		2		4		О, ПР
8.	Мероприятия для представителей СМИ. Пресс-конференция	8	2	2		4		О, ПР
9.	Подготовка, проведение и оценка эффективности ПР-кампании. Бюджет ПР-кампании. целевые аудитории и каналы взаимодействия с ними	6	2	2		2		О, ПР
10	Деятельность ПР-служб в условиях кризисной ситуации	4	2			2		О, ПР
11	Типология СМИ и рейтинг СМИ	4		2		2		О, ПР

12	Авангардные ПР-технологии. Сайт в интернете, блог, работа в социальных сетях, электронная почта, спам- рассылка	4		2		2		О, ПР
13	ПР-технологии в привлечении инвестиций. Спонсорство	4		2		2		О, ПР
	Промежуточная аттестация							зачёт
	Итого:	72/ 27	16/ 12	20/ 15		36/ 27		

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), письменная работа (ПР).

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
1.	Теория, практика и история связей с общественностью	СО: многообразие определений и понятий. Исторические типы СО. Философия и идеология СО. Цели и функции СО. Соотношение понятий и функций: СО и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг. Основные профессиональные термины и понятия. Становление ПР как области знаний и сферы деятельности. Управление общественными связями в современном обществе. Противоречия в развитии общественных связей в постиндустриальном обществе. СО как наука и искусство достижения взаимопонимания.
2.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью	Этика и профессиональные стандарты в СО. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКOC, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов PACO. Сертификация и лицензирование профессионалов в СО. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей СО: Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Европейская Конфедерация связей с общественностью (CERP), Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA), Крупнейшие международные независимые компании и сети агентств в области СО. Правовое обеспечение СО. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей.
3.	Профессиональный статус и обязанности ПР-специалиста, структура ПР-отдела	Содержание ПР-профессии. Профессионально-должностная специализация в ПР-профессии. Профессионально-личностные качества специалиста по СО. Правила взаимоотношений с общественностью. Взаимодействие с коллегами по СО. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях. Сектор взаимодействия со средствами массовой информации. Сектор по организации связей с населением. Сектор аналитики и политического прогноза. Сектор по работе с обращениями граждан. Пресс-секретарь: функции, индивидуальный стиль, эффективность работы. Внешние структуры СО: независимый консультант-эксперт, типовое агентство, консалтинговая фирма по СО, независимая международная компания, международная сеть агентств. Технология мониторинга СМИ. Новость в ПР-деятельности.
4.	Связи с общественностью в деятельности органа власти и политической партии	Государственная ПР-службы: задачи, функции. Государственная информационная политика и ее роль в деятельности ПР-служб. Цели СО в государственном управлении. Доктрина информационной безопасности РФ. Открытость и демократичность государственной службы как фактор эффективности СО. Финансовое, административное, неформальное отношения между службой СО органа

		госвласти и журналистским сообществом. Запросы СМИ. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ. Пиар в области политики. Этапы избирательной кампании. Имидж политика. Разработка и реализация стратегии и тактики предвыборных кампаний. Лоббирование. Встречи с избирателями. Взаимодействие с лидерами общественного мнения. Взаимоотношения с правительственными структурами и органами местного самоуправления. Политические дебаты. Выступление перед избирателями, работа спичрайтера.
--	--	---

5.	Связи с общественностью в деятельности коммерческих и некоммерческих организаций. Внутренние и внешние связи с общественностью	Формирование доверия к организации, взаимоотношения со СМИ, с обществом, с сотрудниками, с потребителями; финансовые отношения, политические отношения. Развитие коммуникационных навыков сотрудников. Формирование корпоративной культуры в организации. Направления и задачи внутриорганизационных коммуникаций. Кодекс корпоративной этики. Печатные средства коммуникации: собственные издания, книги, брошюры, методические указания, телевидение, радио, личные встречи. «Горячая линия» для клиентов и партнеров. Средства внутриорганизационных коммуникаций: листки новостей, управленческие публикации, ежегодные отчеты для персонала, доски объявлений, внутреннее видео и радио, Интернет и электронная почта, непосредственные связи с руководством, слухи. Годовой отчет. Специфика функционирования некоммерческих организаций в современной России. Роль СО в некоммерческом секторе. Особенности взаимодействия некоммерческих организаций со СМИ. Волонтерство в некоммерческих организациях.
6.	Понятие и функции имиджа в связях с общественностью. Бренд. Фирменный стиль	Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Основные составляющие имиджа. Факторы влияющие на восприятие имиджа. Технологии построения имиджей. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Определение бренда. Составляющие элементы бренда. Классификация брендов. Концепция формирования бренда. Фирменный стиль. Слоган.
7.	Базовые PR-документы. Пресс-сводка	Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования; оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный), информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное), информационный бюллетень (newsletter), квартальный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на PR-услуги (PR-brief), биографическая справка, пресс-досье, аналитическая справка, статья опровержение, приглашение на PR-мероприятие, распечатка баз данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий PR-мероприятия, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи. Имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная газета, годовой отчет, письмо к акционерам, история фирмы, биография высшего руководства, слайдовый, видеофильм или компьютерная презентация, портфолио. Пресс-водка: структура, стиль.
8.	Мероприятия для представителей СМИ. Пресс-конференция	Презентации. Пресс-туры. Дни открытых дверей. «Круглые столы». Выставки. Пресс-конференция как форма подачи информации. Этапы пресс-конференции. Основные роли: ньюсмейкер, модератор, эксперт. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий: пресс-релиз –

		анонс, новостной пресс-релиз, пост-релиз. Бренд-волл, медиакит. Пресс-клиппинг.
9.	Подготовка, проведение и оценка эффективности ПР-кампании. Бюджет ПР-кампании. целевые аудитории и каналы взаимодействия с ними	Оценка необходимости ПР-кампании. Социологические исследования. Цели проведения исследований. Выборочные исследования, типы и виды выборок. Методы сбора информации: прямое наблюдение, анализ документов. Экспертный опрос. Метод фокус-групп. Обработка данных исследования. Планирование бюджета ПР-кампании. Специалисты, задействованные в ПР-кампании. Источники, сообщения, каналы, аудитория. Понятие общественности в сфере СО. Классификация групп общественности. Целевые и приоритетные группы общественности. Общественное мнение. Методы и приемы воздействия в ПР. Оценка эффективности СО. Основные подходы к оценке эффективности. Инструменты оценки. Каналы взаимодействия со СМИ. Вербальные и невербальные коммуникации в СО. Креативная составляющая пиара.
10	Деятельность ПР-служб в условиях кризисной ситуации	Кризисная ситуация. Классификация кризисов. Подготовка к кризису. Стратегия управления в кризисной ситуации. Рекомендации по успешному преодолению кризиса. Работа с целевыми аудиториями в условия чрезвычайного происшествия. Снижение влияния кризиса на репутацию организации.
11	Типология СМИ и рейтинг СМИ	Основания для классификации СМИ: тематические, по собственности, охвату аудитории, способу представления информации. Частные и государственные СМИ. Местные, региональные, федеральные, международные СМИ. Телевидение, радио, газеты, Интернет. Медиакарта. Рейтинги СМИ в зависимости от способа представления информации. Особенности регионального и федерального ПР-пространства. Создание собственного СМИ: регистрация, подбор специалистов, налаживание рабочего процесса.
12	Авангардные ПР-технологии. Сайт в интернете, блог, работа в социальных сетях, электронная почта, спам-рассылка	Электронная почта в СО. Блог. Спам. Сайты в Интернете. Структура интернет-сайта госоргана и компании. Интернет-технологии в госуправлении, политике, бизнесе. Современные СМИ, сетевые СМИ и общественно-политические объединения в Интернете. Перспективы развития авангардных технологий в области СО.
13	ПР-технологии в привлечении инвестиций. Спонсорство	Актуальность привлечения инвестиций. Особенности ведения переговоров при привлечении инвестиций. Понятие спонсоринга, фандрайзинга. Благотворительность как возможный вид ПР-деятельности. Особенности благотворительности в государственных и негосударственных учреждениях. Целевые мероприятия по привлечению средств. Гранты. Организации, выдающие гранты. Некоммерческие организации, финансируемые из-за рубежа.

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

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: письменная работа, опрос
- при проведении занятий практического типа: письменная работа, опрос
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: письменная работа, опрос
- при реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий организация текущего контроля осуществляется посредством информационно-образовательной среды Филиала

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в устной форме в виде собеседования по вопросам к зачету. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине осуществляется в рамках завершения изучения дисциплины и позволяет определить качество усвоения изученного материала. Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра в период семестровой экзаменационной сессии и завершает изучение дисциплины.

Промежуточная аттестация предусмотрена учебным планом в форме зачёта. При реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий промежуточная аттестация осуществляется посредством информационно-образовательной среды Филиала.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Письменные работы:

1. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью (2 часа)

Составьте свой кодекс этического поведения специалиста по СО.

2. Связи с общественностью в деятельности органа власти и политической партии (2 часа)

Задание по вариантам. На основании публикаций в СМИ за месяц проанализируйте информационную открытость, медийность, качество работы с журналистским сообществом следующих государственных структур: Правительство Брянской области, Брянская городская администрация, Брянская областная Дума, Брянский городской совет народных депутатов, региональные управления: Следственного комитета, МЧС, МВД, Прокуратура Брянской области. Основная тематика, продвижение собственного имиджа, наличие «прямой речи» экспертов (руководителей).

3. Понятие и функции имиджа в связях с общественностью. Бренд. Фирменный стиль (2 часа)

Задание по вариантам. На основании имеющейся в открытом доступе информации о политическом деятеле, партии, общественном движении, фирме, товаре укажите на основные плюсы и минусы восприятия их имиджа в массовом сознании. Предложите рецепты по улучшению имиджа. Через какие каналы воздействия вы будете реализовывать данную стратегию? На какие целевые аудитории будет в первую очередь направлено ваше ПР-воздействие?

4. Базовые ПР-документы. Пресс-сводка (4 часа)

Используя проект решения Коллегии при Губернаторе, составьте пресс-релиз.

Р Е Ш Е Н И Е

президиума коллегии при Губернаторе Брянской области

от №
Брянск

О социально-экономическом развитии
Рогнединского муниципального района

За 2008 год предприятиями обрабатывающих производств Рогнединского района отгружено промышленной продукции на 6,4 млн. рублей, что на 27,4 процента меньше уровня 2007 года (по области – рост на 24,8 процента). В январе – мае 2009 года отгружено продукции на 2,9 млн. рублей, что почти в 2 раза меньше, чем за январь-май 2008 года (по области – на 31,1 процента).

Производство зерна во всех категориях хозяйств в 2008 году составило 8,2 тыс. тонн (210 процентов к уровню 2007 года), картофеля – 6,6 тыс. тонн (115 процентов), овощей – 0,7 тыс. тонн (104 процента). Произведено мяса 0,8 тыс. тонн (80,6 процента), молока – 6,2 тыс. тонн (91,8 процента), яиц - 1,6 млн. штук (92,6 процента). За 5 месяцев 2009 года производство мяса увеличилось на 0,8 процента, молока - на 4 процента, яиц снизилось на 7,4 процента к соответствующему периоду 2008 года.

По состоянию на 1 июня 2009 года поголовье крупного рогатого скота составило 3430 голов (100,1 процента к соответствующему периоду 2008 года), коров – 2071 голова (100,2 процента), свиней – 1148 голов (76 процентов).

Объем инвестиций в основной капитал по крупным и средним предприятиям района в 2008 году (в сопоставимых ценах) уменьшился на 48,5 процента к уровню 2007 года и составил 25,4 млн. рублей.

В областном объеме отгруженной промышленной продукции район занимает менее 0,1 процента, в объеме сельхозпродукции – около 1 процента, в объеме инвестиций в основной капитал – 0,2 процента.

За январь-май 2009 года среднемесячная заработная плата по крупным и средним предприятиям в Рогнединском районе составила 7787 рублей или 110,2 процента к соответствующему периоду 2008 года. По номинальной величине заработной платы занимает 25 место среди муниципальных образований области.

Уровень регистрируемой безработицы в районе на 01.01.2009 года составил 7,9 процента к численности экономически активного населения, на 01.07.2009 года - 8 процентов (по области – 2,8 процента).

Бюджет района является высоко дотационным: в 2008 году на 83,4 процента был сформирован за счет финансовой помощи из областного бюджета, в 2009 году – на 89,6 процента (по плану). Доля расходов на аппарат управления в общем объеме расходов бюджета района в 2008 году составила 13,6 процента.

Президиум коллегии при Губернаторе Брянской области

Р Е Ш И Л:

1. Рекомендовать администрации Рогнединского муниципального района:

1.1. В целях комплексного социально-экономического развития Рогнединского муниципального района:

содействовать привлечению инвестиций на территорию района и реализации инвестиционных проектов в рамках программы экономического и социального развития Рогнединского муниципального района на 2009 – 2013 годы;

обеспечить выполнение требований Федерального закона от 21 июля 2007 года № 185-ФЗ "О фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства" по участию в региональных адресных программах по переселению граждан из аварийного жилищного фонда и проведению капитального ремонта многоквартирных домов в 2010 году;

проработать вопрос включения объектов строительства и реконструкции в областную адресную инвестиционную программу до 1 октября 2009 года;

обеспечить полные и своевременные расчеты за потребляемые бюджетными учреждениями и предприятиями ЖКХ энергоресурсы и погашение кредиторской задолженности перед поставщиками электроэнергии, теплоэнергии и природного газа;

обеспечить контроль за выполнением предприятиями и организациями мероприятий по организации общественных работ и самозанятости безработных граждан в рамках Программы реализации дополнительных мероприятий, направленных на снижение напряженности на рынке труда Брянской области в 2009 году, утвержденной постановлением администрацией области от 6 июля 2009 года № 685.

1.2. В целях реализации Указа Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 года № 607 "Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов", повышения качества управления средствами местных бюджетов:

обеспечить проведение мероприятий по оптимизации сети и штатной численности социально-культурных учреждений района и сокращению неэффективных расходов консолидированного бюджета района;

в первоочередном порядке применять механизм конкурсного размещения заказов на закупку продукции для муниципальных нужд в соответствии с требованиями Федерального закона от 21 июля 2005 года № 94-ФЗ "О размещении заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд", с учетом внесенных изменений в части предоставления преференций отечественным товаропроизводителям.

2. Ответственным за контроль выполнения позиций решения коллегии ежеквартально информировать управление по работе с муниципальными образованиями администрации области о ходе выполнения решения коллегии.

3. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на вице-губернатора Брянской области А.И. Касацкого.

Губернатор, председатель
президиума коллегии

Н.В. Дёмин

5. Мероприятия для представителей СМИ. Пресс-конференция (2 часа)

Составьте анонсирующий пресс-релиз к пресс-конференции одного из лидеров общественного мнения России.

6. Подготовка, проведение и оценка эффективности ПР-кампании. Бюджет ПР-кампании. целевые аудитории и каналы взаимодействия с ними (2 часа)

Возьмите конкретный автомобиль и напишите небольшие рекламные тексты в разной стилистике (3-5 предложений) для следующих целевых аудиторий: для девушек, для бизнесменов средних лет, для пожилых людей, зарабатывающих извозом.

7. Типология СМИ и рейтинг СМИ (2 часа)

Составить рейтинг посещаемости основных брянских новостных порталов. Укажите, какие медиаинструменты вы использовали для анализа новостного интернет-сегмента Брянской области.

8. Авангардные ПР-технологии. Сайт в интернете, блог, работа в социальных сетях, электронная почта, спам-рассылка (2 часа)

Проанализируйте сайты Правительства Брянской области, Брянской городской администрации, Брянской областной Думы, УМВД по Брянской области, регионального Следственного комитета. Структура. Подача новостей. Информативность. Стиль. Количество и качество анонсов. Определите, какие, на ваш взгляд, ресурсы более удобны, эффективны, информативны.

9. ПР-технологии в привлечении инвестиций. Спонсорство (2 часа)

Разработайте социально значимый проект (цели, задачи, бюджет, исполнители и т.д.), определите, какими способами вы будете привлекать к его реализации спонсоров. Какие «социальные дивиденды» вы бы предложили будущему спонсору?

Опросы (вопросы для фронтального опроса):

1. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью (2 часа)

Обозначьте возможные перспективы развития СО в России и мире на ближайшую перспективу.

Какие правовые нормы будут совершенствоваться, какие из них, по вашему мнению, требуют изменений и дополнений?

Как влияют глобализационные процессы на модификацию правовых основ СО?

Обозначьте основные «болевые точки» в этической составляющей СО в современной России и мире.

Что, по вашему мнению, сегодня преобладает в мировом медиапространстве: СО или пропаганда?

Должны ли ненормированные этические правила, связанные с СО, быть закреплены нормативно? Какие из них, на ваш взгляд, являются важнейшими?

Какие из этических «неписанных правил» СО чаще всего нарушаются в нашем регионе, стране, мире?

Какими должны быть формы контроля за нарушением этических норм профессионального поведения?

Нужны ли современному политику, компании, органу власти услуги специализированных ПР-структур? Какие из них наиболее известны?

Порассуждайте: нужны ли «пиарщикам» профессиональные союзы? Другие ассоциации по СО.

В каких структурах специалисты по СО наиболее необходимы, а где можно обойтись и без них?

2. Связи с общественностью в деятельности органа власти и политической партии (2 часа)

Может ли быть эффективной ПР-деятельность при неэффективной государственной политике? В какой мере эффективность государственной политики зависит от ПР-служб?

Анализ политической ситуации: технология, верификация (проверка на подлинность). Каким образом, вы бы формировали позитивное общественное мнение в отношении своего учреждения, партии? Приведите конкретные примеры грамотного формирования общественного мнения и манипуляции общественным мнением.

Проанализируйте политическую ситуацию в регионе. Назовите основные политические партии и общественные силы, которые могут сыграть важную роль при проведении предвыборных кампаний.

Сформулируйте рекомендации политику, решившему баллотироваться в нашем регионе.

Программа партии и предвыборная платформа. Чем отличается работа в ПР-пространстве в межвыборное время от предвыборного?

Охарактеризуйте электорат основных российских политических партий. Насколько соотносится имидж лидера партии с ее электоратом?

Портрет «современного чиновника» глазами представителей СМИ, общественности.

Кто такой имиджмейкер? Задачи имиджмейкера при работе с политическими персоналиями.

Факторы, формирующие политический выбор электората (формальные и неформальные каналы политической коммуникации с населением).

3. Понятие и функции имиджа в связях с общественностью. Бренд. Фирменный стиль (2 часа)

Является ли речь важнейшей составляющей имиджа общественного деятеля? Приведите примеры конкретных VIP-персон, чья речь помогла (помешала) им в карьерном продвижении и народной поддержке.

Подготовка выступлений для «первых лиц»: в чем ее особенности?

Структура, стиль публичного выступления, типовые формулы, используемые в текстах выступлений.

Проанализируйте наиболее популярные и известные мифы, связанные с имиджем главных политических персон страны.

Предложите традиционные и нестандартные решения для привлечения внимания к политическому деятелю, партии, фирме.

Назовите главные, на ваш взгляд, мировые бренды. В чем успех этих компаний: в качестве продукции или в умелых рекламных и ПР-действиях?

Сформулируйте негативные стереотипы, связанные с основными брендами.

Если бы вы были ПР-специалистом данных компаний, каким образом вы бы нивелировали негативные стереотипы?

4. Базовые ПР-документы. Пресс-сводка (2 часа)

Пресс-релиз как основной жанр в деятельности пресс-службы: в чём его специфика?

Назовите функции пресс-релиза, требования к нему.

Структура и стиль пресс-релиза. Допустимость эмоционально-экспрессивной лексики, художественных образов, длина предложений. Техническая и литературная корректура.

Использование в пресс-релизе специальных терминов, аббревиатур, прямой речи, цифр, фактов. Согласование с узкими специалистами. Сроки написания и размещения.

Юридический статус пресс-релиза (пресс-релиз как официальный документ).

Ошибки в пресс-релизе, техническая правка и опровержения (уточнения). Интернет-кэш.

5. Мероприятия для представителей СМИ. Пресс-конференция (2 часа)

Вопросы докладчикам (в ходе студенческой пресс-конференции).

1. Какая система подготовки управленческих кадров вам кажется наиболее эффективной: царская, советская, современная? Какие проблемы в сфере госуправления сегодня наиболее болезненны?

2. Кого из лучших управленцев прошлого вы бы хотели вернуть в наше время? Если бы вы формировали правительство из людей, живших в разное время, кого бы вы в него включили?

3. Какое событие в истории РАНХиГС вам кажется самым значительным? Какая внеучебная деятельность РАНХиГС является, на ваш взгляд, самой важной?

4. В чем, на ваш взгляд, залог успеха Брянского филиала (факторы, обеспечивающие конкурентоспособность)? Каким вы видите будущее Брянского филиала РАНХиГС? Какие образовательные инновации вы бы хотели внедрить в Брянском филиале РАНХиГС.

6. Подготовка, проведение и оценка эффективности ПР-кампании. Бюджет ПР-кампании. целевые аудитории и каналы взаимодействия с ними (2 часа)

В чем, по-вашему, состоит главная цель ПР-кампании: в достижении быстрого успеха (например, резкого роста продаж) или в формировании долгосрочного устойчивого положительного имиджа организации, персоны?

Для кого из брянских VIP-персон вы бы хотели организовать ПР-кампанию? На каких личностных качествах, моментах биографии, достижениях вы бы делали акцент? Кого бы вы рассматривали в качестве целевой аудитории?

Как корректируется ПР-стратегия, исходя из особенностей аудитории?

Назовите основные источники информации для жителя областного центра: текстовая, визуальная, слуховая; какие из них использовали бы вы в первую очередь при проведении ПР-кампании образовательного учреждения. Подумайте, какую целевую аудиторию вам необходимо привлечь.

Как, на ваш взгляд, должна быть организована рекламная кампания: активно вторгаться в информационное поле потребителя; информировать ненавязчиво, но против воли потребителя; ждать, пока потребитель сам обратится к рекламе, быть максимально ненавязчивой? Обоснуйте свое мнение. Приведите примеры навязчивой и ненавязчивой рекламы.

Что такое «управление кризисом»? Какие существуют механизмы для этого?

Каким должно быть поведение «первого лица» госоргана или компании в кризисной ситуации?

Приведите известные вам кризисные, скандальные ситуации, имевшие значительный общественный резонанс в Брянской области.

Какие ошибки допускают официальные лица при информационной работе в условиях корпоративного кризиса? Как можно было избежать подобных репутационных издержек?

Как действуют региональные и федеральные СМИ в условиях крупного регионального ЧП? Каким образом нужно выстраивать отношения со СМИ в условиях кризиса, затронувшего вашу организацию?

7. Типология СМИ и рейтинг СМИ (2 часа)

Каков психологический портрет среднестатистического журналиста.

Что нужно представителю СМИ для эффективной работы с вашей новостью?

Какие существуют способы привлечения журналистов к вашей компании, госструктуре?

Несовпадение интересов ньюсмейкера и СМИ: как избежать негативных материалов?

Какие СМИ (по типу распространения) имеют перспективу Какие СМИ уходят с «исторической сцены»?

Где современный человек черпает информацию? Каким вы видите СМИ будущего?

Какими качествами должно обладать СМИ, чтобы удовлетворять ваши информационные запросы?

Что, по-вашему, недопустимо в работе СМИ? Подача материалов в СМИ: как привлечь читателя?

Рекламные тексты: требования, стиль, работа с заказчиком. Отличие рекламной журналистики от информационной.

8. Авангардные PR-технологии. Сайт в интернете, блог, работа в социальных сетях, электронная почта, спам-рассылка (2 часа)

Нужно ли приравнивать блоги и социальные сети к СМИ?

Кто из вас имеет опыт ведения блогов? Кто читает блоги? Плюсы и минусы получения информации через соцсети, блоги?

Кто пользуется социальными сетями? Опасности социальных сетей, их преимущества перед другими способами общения.

Как можно использовать соцсети для PR-воздействия?

Кто из политиков, госорганов, компаний активно пользуется возможностями Интернета?

Кто ведет блоги известных политиков? Какая информация там отражается? Кто из брянских политиков вел блоги?

Доверили бы вы собственный блог своему PR-специалисту?

Предложите сценарии развития современных коммуникаций в ближайшем и отдаленном будущем. Какие художественные произведения (книги, фильмы) посвящены современным средствам коммуникации?

9. PR-технологии в привлечении инвестиций. Спонсорство (2 часа)

Назовите крупные социальные проекты Брянской области, созданные усилиями меценатов и населения (то есть не имеющие финансового подкрепления из бюджета). Какова роль региональной власти в реализации этих проектов.

Должно ли быть спонсорство предметом пиара?

В каких ситуациях спонсорство приводит к негативному имиджевому эффекту?

Если бы вы имели значительные финансовые ресурсы, какие виды благотворительности вы бы выбрали?

Стали бы вы свои добрые дела сопровождать информационной кампанией? Если да, то для каких целей вы бы ее проводили?

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Формируемые компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
------------------------	---------------------------------	---------------------------------------	--

ОПК-4	Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	ОПК-4.3	Владение навыками деятельности в информационно-коммуникационном пространстве, поддерживать электронные коммуникации в системе государственной службы, владение технологиями делового общения.
ОПК-6	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ОПК-6.2	Способность находить решения и анализировать полученные решения организационно-управленческих задач с использованием информационных технологий.

Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Этап освоения компетенции	Критерий оценивания	Показатель оценивания
ОПК-4.3 Владение навыками деятельности в информационно-коммуникационном пространстве, поддерживать электронные коммуникации в системе государственной службы, владение технологиями делового общения.	Владеет навыками деятельности в информационно-коммуникационном пространстве. Владеет навыками поддерживать электронные коммуникации в системе государственной службы. Знает технологии делового общения. Владеет навыками использования технологий делового общения в своей служебной деятельности.	Демонстрирует навыки деятельности в информационно-коммуникационном пространстве. Умеет поддерживать электронные коммуникации в системе государственной службы. Демонстрирует знания технологий делового общения. Использует технологии делового общения в служебной деятельности.
ОПК-6.2 Способность находить решения и анализировать полученные решения организационно-управленческих задач с использованием информационных	Определен перечень типов информационных технологий, отвечающих требованиям решаемой задачи Предложен выбор соответствующей задаче информационной технологии Сгенерированы варианты решений поставленной задачи	Определяет типы информационных технологий, подходящих для решения задачи профессиональной деятельности Осуществляет выбор конкретной информационной технологии в зависимости от задачи профессиональной деятельности Генерирует варианты решения

технологий.		поставленной задачи на основе выбранных информационных технологий
-------------	--	---

4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»

1. Определение и основные функции пиара. Пиар и смежные понятия: реклама, пропаганда.
2. Подготовка и оценка эффективности пиар-кампании.
3. Работа с целевыми аудиториями. Классификация целевых аудиторий. Внутренняя и внешняя общественность.
4. Успешные политические ПР-кампании современной России.
5. История формирования общественных отношений в США и странах Европы
6. Российский опыт организации связей с общественностью. РАСО.
7. Этические кодексы, связанные с ПР-деятельностью.
8. Типология СМИ.
9. Рейтинги СМИ (печатные, электронные, радио, ТВ).
10. Особенности политического пиара.
11. Особенности пиара в коммерческой и некоммерческой сферах.
12. Мероприятия для СМИ: презентация, пресс-тур и т.д.
13. Организация пресс-конференции.
14. Структура и функции ПР-службы, ПР-агентства.
15. Поведение пиар-служб в кризисной ситуации.
16. Особенности подготовки документов в службах по связям с общественностью: документы для прессы, оперативные документы, выступления руководителя.
17. Авангардные технологии ПР: использование электронной почты, создание и продвижение корпоративного сайта, корпоративные аккаунты в соцсетях и т.д.
18. Имидж, бренд, фирменный стиль.
19. Общественное мнение: понятие, сущность. Механизмы формирования общественного мнения.
20. Пресс-сводка как основной ПР-документ.

Критерии оценки знаний студентов в целом по дисциплине

Контроль и оценка знаний студентов очной формы обучения осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе контроля и оценки знаний студентов Брянского филиала РАНХиГС. Задания, выполняемые студентами на зачете, оцениваются следующими отметками: зачтено – не зачтено. Итоговая сумма баллов: 100-40 (зачтено); 0-39 (не зачтено).

Изучение дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» завершается зачетом, который проводится в форме собеседования по одному из вопросов к зачету.

4.4. Методические материалы

Промежуточная аттестация проводится по каждой составляющей образовательной программы в соответствии с действующим локальным нормативным актом РАНХиГС, регламентирующим проведение промежуточной аттестации обучающихся. Промежуточная аттестация по конкретной составляющей образовательной программы проводится в том семестре (семестрах), в котором (-ых) осваивается данная составляющая образовательной программы и (или) завершается ее освоение.

Промежуточная аттестация проводится посредством аттестационных испытаний в форме экзамена или зачета (в том числе дифференцированного зачета). Конкретная форма промежуточной аттестации определяется учебным планом.

Экзамены и зачеты проводятся, как правило, в устной или письменной форме, которая устанавливается в рабочей программе дисциплины. Независимо от формы проведения аттестационного испытания обучающимся должны быть обеспечены объективность оценки и единообразие требований.

Результаты промежуточной аттестации оцениваются:

при проведении экзамена – по традиционной балльной системе оценивания («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»);

при проведении зачета – по бинарной системе оценивания («зачтено», «не зачтено»), или традиционной балльной системе оценивания.

Порядок перевода количества баллов, набранных в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, в традиционную балльную или бинарную систему оценивания определяется рабочей программой дисциплины.

Успешным является прохождение экзамена или зачета с оценкой «зачтено» или «удовлетворительно» и выше. По образовательным программам высшего образования количество аттестационных испытаний промежуточной аттестации в учебном году определяется учебным планом.

Аттестационное испытание проводится преподавателем (далее – экзаменатор) или экзаменационной комиссией (при проведении второй повторной промежуточной аттестации по данной дисциплине, а также при передаче успешно сданного аттестационного испытания в целях повышения положительной оценки).

Оформление результата прохождения аттестационного испытания осуществляется посредством его фиксации в экзаменационной или зачетной ведомости или направлении на сдачу зачета или экзамена, а также в зачетной книжке обучающегося. Оценки «неудовлетворительно» и «не зачтено» фиксируются только в ведомости. Неявка на экзамен или зачет фиксируется в ведомости отметкой «не явился».

В случае проведения экзамена или зачета экзаменационной комиссией результат сдачи экзамена или зачета оформляется также протоколом заседания экзаменационной комиссии.

При прохождении аттестационного испытания обучающиеся должны иметь при себе зачетные книжки, которые они перед его началом предъявляют экзаменатору или председателю экзаменационной комиссии.

При проведении аттестационного испытания обучающийся может использовать базы данных, программные продукты и иные материалы, разрешенные к использованию рабочей программой дисциплины.

При проведении аттестационного испытания не допускается наличие у обучающегося посторонних предметов и технических устройств, способных затруднить (сделать невозможной) объективную оценку результатов аттестационного испытания, в том числе в части самостоятельности выполнения задания (подготовки к ответу на вопрос) обучающимся. Обучающиеся, нарушившие правила проведения аттестационного испытания, могут быть представлены к применению мер дисциплинарного взыскания.

Время подготовки ответа при сдаче аттестационного испытания в устной форме составляет не менее 30 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). При подготовке обучающийся может вести записи в листе устного ответа.

При сдаче аттестационного испытания в устной форме вопросы и задания, подлежащие изложению и выполнению обучающимся, определяются в билете (при проведении аттестационного испытания по билетам) или экзаменатором (председателем экзаменационной комиссии).

При сдаче аттестационного испытания в устной форме по билетам обучающийся, испытывающий затруднения при подготовке к ответу по выбранному билету, имеет право выбора второго билета с соответствующим продлением времени на подготовку к ответу. При этом оценка снижается на один балл по традиционной балльной системе оценивания. Выбор третьего билета не допускается.

В случае проведения аттестационного испытания в устной форме экзаменатору или членам экзаменационной комиссии предоставляется право задавать обучающемуся дополнительные вопросы в рамках рабочей программы дисциплины по вопросам, указанным в билете или определенным для изложения обучающимся экзаменатором (председателем экзаменационной комиссии).

В исключительных случаях и при согласии экзаменатора (председателя экзаменационной комиссии) директор филиала может разрешить обучающемуся по его мотивированному заявлению досрочное прохождение аттестационного испытания в течение соответствующего семестра. Досрочное прохождение аттестационного испытания осуществляется при условии отсутствия академической задолженности без освобождения обучающегося от текущих учебных занятий (в том числе практики). Результаты сдачи впоследствии вносятся в зачетную или экзаменационную ведомость.

Обучающийся имеет право на пересдачу успешно сданных аттестационных испытаний с целью повышения положительной оценки не более чем по трем составляющим образовательной программы за весь период обучения (однократно по каждой составляющей образовательной программы). Пересдача аттестационного испытания осуществляется при условии отсутствия академической задолженности без освобождения обучающегося от текущих учебных занятий (в том числе практики).

Не допускается взимание платы с обучающихся за прохождение (в том числе повторное, досрочное) промежуточной аттестации.

Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по дисциплине (дисциплинам) за исключением факультативных, или непрохождение промежуточной аттестации без уважительной причины признаются академической задолженностью.

Обучающимся, не прошедшим промежуточную аттестацию в установленные сроки по уважительной причине, подтвержденной документально, а также имеющим академическую задолженность, филиалом определяется иной срок (сроки) прохождения аттестационного испытания.

Обучающиеся, имеющие академическую задолженность, вправе пройти промежуточную аттестацию по соответствующей дисциплине не более двух раз.

Если обучающийся не ликвидировал академическую задолженность при прохождении повторной промежуточной аттестации в первый раз (первая повторная промежуточная аттестация), ему предоставляется возможность пройти повторную промежуточную аттестацию во второй раз (вторая повторная промежуточная аттестация) с проведением указанной аттестации экзаменационной комиссией.

Повторная промежуточная аттестация проводится не позднее истечения периода времени, составляющего один год после образования академической задолженности. В указанный период не включаются время болезни обучающегося, нахождение его в академическом отпуске или отпуске по беременности и родам.

Обучающиеся, не ликвидировавшие в установленные сроки академическую задолженность, отчисляются из РАНХиГС как не выполнившие обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по выполнению письменной работы

Письменная работа по дисциплине представляет собой самостоятельно подобранный студентом из периодической литературы, интернет-ресурсов материал, кратко законспектированный, иллюстрирующий научный/практический взгляд на исследуемую проблему. Для выполнения письменной работы необходимо:

- осуществить анализ периодической литературы и интернет-ресурсов;
- отобрать наиболее соответствующие проблеме материалы, характеризующие различные подходы и авторские позиции;
- интегрировать собранные материалы в единый содержательный блок.
- предложить свое видение проблемы, адаптировать общетеоретический материал к задания письменной работы

Критерии оценки письменной работы

Оцениваемые параметры	Оценка в баллах
Качество работы: - исследование создано в соответствии с требуемыми параметрами, грамотно составлено, не нарушает речевых норм русского языка	3
- исследование в целом создано в соответствии с требуемыми параметрами, но имеются недочеты в оформлении, не полно раскрыта тема, не нарушает речевых норм русского языка	2
- исследование создано с негрубыми нарушениями требуемых параметров, имеются недочеты в оформлении, не полно раскрыта тема, не грубо нарушает речевые нормы русского языка	1
- исследование не соответствует требуемым параметрам	0

В ходе освоения дисциплины выполняется 9 письменных работ. Максимальное число баллов за этот вид деятельности для одного студента – 27 баллов.

Методические рекомендации по проведению фронтального опроса

Доля опросного контроля используется **фронтальный опрос** проводится в форме беседы преподавателя с группой.

Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала.

Критерии оценки устного ответа

Количество баллов	Знания, умения, владения и другие компетенции, которые должен продемонстрировать студент
7-8	полный ответ на поставленный вопрос с включением в содержание ответа материала лекции преподавателя, материалов учебников, дополнительной литературы без наводящих вопросов;
6-5	полный ответ на поставленный вопрос в объеме лекции преподавателя с включением в содержание ответа материалов учебников с четкими положительными ответами на наводящие вопросы преподавателя;
4-3	ответ, в котором озвучено более половины требуемого материала, с положительным ответом на большую часть наводящих вопросов;
2-0	ответ, в котором озвучено менее половины требуемого материала или не озвучено главное в содержании вопроса с нечеткими ответами на наводящие вопросы
0	студент отказался от ответа

В ходе освоения дисциплины преподаватель задаёт аудитории 70 вопросов. Для сбалансированности оценок разрешается опрашивать одного студента трижды (по трём вопросам). Максимальное число баллов за этот вид деятельности для одного студента – 24 балла.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Доклад должен быть представлен в устной форме. Структура доклада включает:

1. Введение:
 - указывается тема и цель доклада;
 - обозначается проблемное поле и вводятся основные термины доклада, а также тематические разделы содержания доклада;
 - намечаются методы решения представленной в докладе проблемы и предполагаемые результаты.
2. Основное содержание доклада:
 - последовательно раскрываются тематические разделы доклада.
3. Заключение:
 - приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Текст доклада должен быть построен в соответствии с регламентом предстоящего выступления: не более семи минут.

Критерии оценки докладов

№ п/п	Оцениваемые параметры	Оценка в баллах
1.	Подача доклада: - рассказывается; - зачитывается с логическим интонированием; - зачитывается сбивчиво или монотонно.	2 1 0
2.	Использование демонстрационного материала: - автор представил демонстрационный материал (в т.ч. с использованием демонстрационной техники); - автор использует записи на доске; - зачитывается без сопроводительного иллюстрационного материала.	2 1 0
3.	Качество ответов на вопросы по теме доклада: - отвечает на вопросы; - отвечает на некоторые вопросы; - не может ответить на вопросы	2 1 0
4.	Владение научным и специальным аппаратом: - показано владение специальным аппаратом; - использованы общенаучные и специальные термины - не владеет	2 1 0
5.	Четкость выводов: - полностью отвечают поставленному вопросу; - нечетки; - отсутствуют	2 1 0
Итого максимум можно набрать за выступление:		10 баллов

В ходе освоения дисциплины в аудитории озвучиваются 40 докладов. Для сбалансированности оценок разрешается одному студенту делать два доклада. Максимальное число баллов за этот вид деятельности для одного студента – 20 баллов.

Методические рекомендации по самостоятельной работе

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов (СР) – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя. Контроль по итогам выполнения самостоятельной работы студента осуществляется в виде фронтального опроса.

При необходимости перед выполнением студентами самостоятельной работы проводится инструктаж по выполнению заданий, который включает *цель задания, его содержание, ориентировочный объем, критерии оценки*. В процессе инструктажа преподаватель предупреждает студентов о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания. Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов осуществляется в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Критерии оценивания ответа на зачете

Шкала оценивания	Критерии оценивания
30-25 баллов	студент должен: продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний материала (в т.ч. составления документов); исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; правильно формулировать определения; продемонстрировать умения самостоятельной работы с учебной и научной литературой; уметь сделать выводы по излагаемому материалу
24-19 баллов	студент должен: продемонстрировать достаточно полное знание материала (в т.ч. составления документов); продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; продемонстрировать умение ориентироваться в учебной и научной литературе; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу
18-10 баллов	студент должен: продемонстрировать общее знание изучаемого материала (в т.ч. составления документов); уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;
9-0 баллов	ставится в случае: незнания значительной части программного материала (в т.ч. неумения составить основные документы, изучаемые в ходе дисциплины); невладения понятийным аппаратом дисциплины; существенных ошибок при изложении учебного материала; неумения строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумения делать выводы по излагаемому материалу.

При реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий образовательные материалы размещаются в информационно-образовательной среде Филиала.

Подготовка к практическим занятиям

Нумерованные вопросы – это темы для докладов в аудитории. Доклады готовятся студентами с использованием лекций, учебной и научной литературы.

Кроме того, в ходе некоторых практических занятий преподаватель проводит опрос, вопросы к которому – см. выше в разделе «Опросы (вопросы для фронтального опроса)».

Каждое практическое задание состоит из 3 блоков, это: подведение итогов письменных заданий (3-7 минут); доклады студентов по заданным темам (каждый – 7-8 минут, 40-60 минут всего); вопросы для обсуждения в аудитории (ответы продумываются студентами заранее: от 10 до 30 минут).

1. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью (2 часа)

1. Российская ассоциация по связям с общественностью: деятельность и структура.
2. СМИ как «четвертая власть».
3. Реклама в современной России: формы, особенности, правовая основа.
4. Структура и функции типового ПР-агентства.

2. Связи с общественностью в деятельности органа власти и политической партии (2 часа)

1. Механизмы формирования общественного мнения (через призму работы структур по СО).
2. Функции пресс-службы в органах исполнительной власти.
3. Политический имидж России на Западе.
4. Лидеры общественного мнения Брянской области.

3. Понятие и функции имиджа в связях с общественностью. Бренд. Фирменный стиль (2 часа)

1. Отличие политического имиджа от коммерческого.
2. Речь общественного деятеля как составляющая имиджа.
3. История понятия «бренд». Бренд и тренд: сходства и различия.
4. Фирменный стиль РАНХиГС и Брянского филиала РАНХиГС. Использование фирменного стиля в оформлении сайта вуза и филиала.

4. Базовые ПР-документы. Пресс-сводка (4 часа)

1. Пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный и т.д.): функции, структура, стиль.
2. Заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное и т.д.): функции, структура, стиль.

3. Информационная справка (бэкграунд), информационный бюллетень (newsletter): функции, структура, стиль.

4. Квартальный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на PR-услуги (PR-brief): функции, структура, стиль.

5. Биографическая справка, пресс-досье, аналитическая справка, статья-опровержение, приглашение на PR-мероприятие: функции, структура, стиль.

6. Имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная газета, годовой отчет, письмо к акционерам, история фирмы, биография высшего руководства: функции, структура, стиль.

7. Комбинированные визуально-текстовые формы PR-документов: слайды, видеофильм, компьютерная презентация, фотоподборки и фоторепортажи.

8. Основные жанры журналистики.

5. Мероприятия для представителей СМИ. Пресс-конференция (2 часа)

Доклады проводятся в виде пресс-конференции: 4 студента-докладчика составляют президиум.

1. Подготовка управленческих кадров в Царской империи, СССР, современной России. Механизмы назначения на ключевые должности в госуправлении.

2. Лучшие управленцы в истории нашей страны. Исторические предпосылки, хронология продвижения по карьерной лестнице. Личностные качества, позволившие добиться успеха.

3. История РАНХиГС. Основные достижения, направления деятельности.

4. История Брянского филиала РАНХиГС. Основные достижения, направления деятельности.

Студенты, не находящиеся в президиуме, могут задавать вопросы докладчикам.

6. Подготовка, проведение и оценка эффективности PR-кампании. Бюджет PR-кампании. целевые аудитории и каналы взаимодействия с ними (2 часа)

1. Успешные политические PR-кампании современной России.

2. Особенности PR-кампании оппозиционных партий и лидеров общественного мнения.

3. Успешные PR-кампании по продвижению товаров: формирование торгового бренда в современной России.

4. Аудитория российского Интернета: численность, социальный и возрастной состав. Для продвижения каких товаров и услуг аудитория рунета является целевой?

7. Типология СМИ и рейтинг СМИ (2 часа)

1. Роль СМИ в формировании общественного мнения.

2. Рейтинг ведущих мировых СМИ. Аудитория, распространение, прибыль.

3. СМИ – лидеры брянского медиарынка. История, журналистский состав, форма собственности.

4. Медиахолдинг и информационное агентство: структура, функции, основные представители.

8. Авангардные PR-технологии. Сайт в интернете, блог, работа в социальных сетях, электронная почта, спам-рассылка (2 часа)

1. Роль новых способов коммуникации в постиндустриальном обществе.
2. Опасности Интернета: недобросовестная реклама, мошенничество (знакомства, товары и т.д.). Баннеры-«приманки». Аккаунты-двойники, сайты-двойники, вредоносные программы и др.
3. Ведущие блогеры страны. История успеха, общественная деятельность.
4. Основные социальные сети России: история создания, назначение, структура.

9. PR-технологии в привлечении инвестиций. Спонсорство (2 часа)

1. Знаменитые меценаты России.
2. Политический пиар и благотворительность.
3. Основные социальные проблемы современной России, в решении которых требуется вмешательство меценатов.
4. Российские и региональные гранты для молодежи (молодые ученые, молодые предприниматели и т.д.).

Перечень ссылок на литературу для самостоятельной подготовки к занятиям лекционного и семинарского типов

Теория, практика и история связей с общественностью

Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю. С. 25-31.

Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>, по паролю. С. 5-8.

Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью

Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю. С. 31, 80-82, 162-174.

Профессиональный статус и обязанности PR-специалиста, структура PR-отдела

Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю. С. 37-38.

Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>, по паролю. С. 135-139.

Связи с общественностью в деятельности органа власти и политической партии

Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю. С. 35-37.

Связи с общественностью в деятельности коммерческих и некоммерческих организаций. Внутренние и внешние связи с общественностью

Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю. С. 106-119.

Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>, по паролю. С. 140-144.

Понятие и функции имиджа в связях с общественностью. Бренд. Фирменный стиль

Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю. С. 134-138.

Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>, по паролю. С. 100-103.

Базовые ПР-документы. Пресс-сводка

Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>, по паролю. С. 11-27.

Мероприятия для представителей СМИ. Пресс-конференция

Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>, по паролю. С. 93-102, 264-266.

Подготовка, проведение и оценка эффективности ПР-кампании. Бюджет ПР-кампании. Целевые аудитории и каналы взаимодействия с ними

Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю. С. 32-34, 93-94.

Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>, по паролю. С. 145-149.

Деятельность ПР-служб в условиях кризисной ситуации

Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю. С. 13-15.

Типология СМИ и рейтинг СМИ

Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю. С. 46-48, 79-86.

Авангардные PR-технологии. Сайт в интернете, блог, работа в социальных сетях, электронная почта, спам-рассылка

Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю. С. 86-101.

PR-технологии в привлечении инвестиций. Спонсорство

Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>, по паролю. С. 144-152.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24901>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

6.2. Дополнительная литература

Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>, по паролю

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

6.4. Нормативные правовые документы

Конституция Российской Федерации

Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) "О средствах массовой информации"
Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации".

Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления".

Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ "Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг".

6.5. Интернет-ресурсы, справочные системы

www.e.lanbook.com – библиотека учебной литературы;
www.iprbookshop.ru – библиотека учебной литературы;
www.biblio-online.ru – библиотека учебной литературы;
www.sovetnik.ru – журнал «Советник»;
www.soob.ru – журнал «Сообщение»;
www.mediaguide.ru – база данных о российских СМИ;
pr-dialog.com – журнал «PR-диалог»;
www.raso.ru – Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО).
www.press-service.ru – журнал «Пресс-служба»;
www.e-pr.nm.ru – Интернет-клуб связей с общественностью.

6.6. Иные источники

Не используются

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

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа и групповых и индивидуальных консультаций:

Рабочие места студентов: столы/парты, стулья;
рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра, автоматизированное рабочее место;
телевизионная плазменная панель/проектор и экран;
аудиторная меловая доска;
локальная сеть;
доступ в Интернет

Помещения для самостоятельной работы студентов:

Рабочие места студентов: столы/парты, стулья;
автоматизированные рабочие места (системный блок, монитор, клавиатура, мышь);
принтер;
локальная сеть;
доступ в Интернет

Перечень программного обеспечения и информационных ресурсов, баз данных:

Программное обеспечение:

лицензионное:

Операционная система в учебных аудиториях Microsoft Windows 7.

Microsoft Office Professional Plus 2016 RUS.

Справочная правовая система Консультант Плюс.

свободно распространяемое программное обеспечение:

NVDA — программа экранного доступа для операционных систем семейства Windows, позволяющая незрячим и слабовидящим пользователям работать на компьютере без дополнительных финансовых затрат на специализированное программное обеспечение.

Посредством речевого синтезатора информация считывается с экрана и озвучивается вслух, обеспечивая возможность речевого доступа к самому разнообразному контенту.

Apache OpenOffice;

[Acrobat Reader DC](#) и [Flash Player](#);

программное обеспечение, предназначенное для работы в Глобальной сети Интернет и архивирования файлов;

и другое.

Для обучающихся филиала доступны следующие информационные базы и ресурсы:

Электронно-библиотечная система издательства «ЛАНЬ» (<http://e.lanbook.com/>).

Электронно-библиотечная система «Юрайт» (www.biblio-online.ru).

Электронно-библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>).

[Электронный ресурс SAGE Publications Inc](http://journals.sagepub.com) (<http://journals.sagepub.com>).

[Информационная база данных EBSCO Publishing](http://search.ebscohost.com/) (<http://search.ebscohost.com/>).

[Электронный ресурс EAST VIEW INFORMATION SERVICES, INC \(коллекции электронных научных и практических журналов\)](http://dlib.eastview.com/) (<http://dlib.eastview.com/>).

[Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»](http://grebennikon.ru) (<http://grebennikon.ru>).

[База данных PROQUEST](http://lib.ranepa.ru/base/ebrary.html) - Ebrary(пакет - Academic Complete) (<http://lib.ranepa.ru/base/ebrary.html>).

Доступ к вышеперечисленным информационным ресурсам и базам данных осуществляется только по IP – адресам, зарегистрированным за Брянским филиалом РАНХиГС и только с автоматизированных рабочих мест, включенных в локальную сеть филиала.

Частично вышеперечисленные информационные ресурсы и базы данных доступны авторизованным пользователям, прошедшим первичную регистрацию в библиотеке филиала.

[SCOPUS](#) - одна из крупнейших мировых библиографических и реферативных баз данных, а также инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.

Доступ к данному информационному ресурсу осуществляется в индивидуальном порядке при обращении к администратору научно – организационного отдела филиала.

Информационная поддержка обучающихся осуществляется в электронной образовательной среде обучения для проработки отдельных вопросов, выполнения заданий, обмена информацией с преподавателем (<http://moodle.rane-brf.ru/login/index.php>).