

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Реклама и связи с общественностью в государственном секторе
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 144 (4)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

Направленность: Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2); учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7).

Задачи дисциплины:

формирование знаний:

- методы социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) в деятельности специалиста по связям с общественностью в органах государственной власти;
- профессиональные и этические кодексы специалиста по связям с общественностью и рекламе; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику органов государственной власти;
- технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов в органах государственной власти.

формирование умений:

- применять методы социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) в деятельности специалиста по связям с общественностью в органах государственной власти;
- применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов в органах государственной власти.

формирование навыков:

- социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) в деятельности специалиста по связям с общественностью в органах государственной власти;
- технологий и основных методов оценки эффективности медиатекстов в органах государственной власти.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- Основные компоненты имиджа органа государственной власти.
- Должностные инструкции специалиста по связям с общественностью.
- Эффективные способы доставки информационного сообщения от органов государственной власти и их руководителей.
- Современные информационные войны: технологии «цветных» переворотов и революций через социальные сети.
- Особенности работы с информацией в органах государственной власти.
- Специфика создания и реализации коммуникационных проектов в органах государственной власти.

1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения курсов «Основы рекламной коммуникации», «Введение в специальность», «Политология и политический консалтинг», «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности», «Основы маркетинга», «Стилистика и литературное редактирование» основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Связи с общественностью и реклама, участвующих в формировании соответствующих компетенций.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-2	ИД-1ОПК-2	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> методы социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) в деятельности специалиста по связям с общественностью в органах государственной власти; технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов в органах государственной власти 	<p>Знает методы маркетинговых, социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные).</p>	Дифференцированный зачет
ОПК-2	ИД-2ОПК-2	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> применять методы социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) в деятельности специалиста по связям с общественностью в органах государственной власти; применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов в органах государственной власти 	<p>Умеет применять методы маркетинговых, социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) для выявления основных тенденции развития общественных и государственных институтов.</p>	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-2	ИД-3ОПК-2	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) в деятельности специалиста по связям с общественностью в органах государственной власти; технологий и основных методов оценки эффективности медиатекстов в органах государственной власти 	<p>Владеет навыками маркетинговых, социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) с целью выявления основных тенденции развития общественных и государственных институтов при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	Индивидуальное задание
ОПК-7	ИД-1ОПК-7	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> методы социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) в деятельности специалиста по связям с общественностью в органах государственной власти; профессиональные и этические кодексы специалиста по связям с общественностью и рекламе; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику органов государственной власти; технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов в органах государственной власти 	<p>Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; профессиональные и этические кодексы специалиста по связям с общественностью и рекламе; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью и маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	Дифференцированный зачет
ОПК-7	ИД-2ОПК-7	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> применять 	<p>Умеет применять технологии и основные</p>	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов в органах государственной власти	методы оценки эффективности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	
ОПК-7	ИД-3ОПК-7	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) в деятельности специалиста по связям с общественностью в органах государственной власти; технологий и основных методов оценки эффективности медиатекстов в органах государственной власти 	Владеет навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом прогнозирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности.	Индивидуальное задание

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		7	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	18	18	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	34	34	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9	9	
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				
Модуль 1.	0	0	0	0
Сущность связей с общественностью в государственном секторе				
Тема 1. Предмет и задачи курса	1	0	2	5
Определение связей с общественностью. Хронология развития коммуникаций в государственном секторе от пропаганды и агитации до связей с общественностью. История связей с общественностью в государственном секторе в России и в мире.				
Тема 2. Роль, цель, задачи, функции связей с общественностью в государственном секторе	1	0	2	5
Цели, функции, задачи, проблемы государственного PR. Необходимость связей с общественностью в государственном секторе в условиях демократии. Зависимость связей с общественностью от деятельности государства. Коммуникативные функции государства				
Тема 3. Сходства и отличия связей с общественностью в государственном секторе от связей с общественностью в коммерческой среде и политике	1	0	2	5
Особенности избирательных технологий. Особенности проведения избирательных кампаний. Цели и задачи PR для бизнеса. Коммуникативный базис PR в бизнесе. Проведение акций и кампаний. Особенности PR в сфере финансов. Основные коммуникационные средства финансовых PR. Особенности коммуникации в государственных PR и PR в органах местного самоуправления. Исторические и смысловые параллели.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 4. Связи с общественностью органов государственной власти. Система государственного устройства России	1	0	2	5
Система федеральных органов гос. власти: принципы формирования и взаимодействия друг с другом, структура (администрация Президента РФ, Правительство РФ, Совет Федерации Федерального Собрания РФ, Гос. Дума Федерального Собрания РФ, судебная система власти). Система региональных органов гос. власти и органов местного самоуправления: принципы формирования и взаимодействия друг с другом, структура (Губернатор, исполнительная и законодательная власть субъектов федерации, полномочные представители Президента в федеральных округах, судебная система на региональном уровне, исполнительная и представительная власть на уровне местного самоуправления). Иные органы гос. власти. Цель, задачи, функции, результаты федеральных органов по связям с общественностью: администрации Президента РФ, Гос. Думы ФС РФ, Центральной избирательной комиссии РФ, Правительства РФ. Персоналии. Наиболее значимые, яркие проекты. Цель, задачи, функции, результаты региональных органов по связям с общественностью: администрации Губернатора Пермского края, Законодательного Собрания Пермского края, Правительства Пермского края. Персоналии. Наиболее значимые, яркие проекты				
Тема 5. Работа специалистов по связям с общественностью в качестве пресс-секретарей органов государственной власти и их руководителей	1	0	2	5
Циклическая последовательность информационного процесса в органах гос. власти. Свойство информационного сообщения. Организация работы отдела по связям с общественностью в органах государственной власти. Структура отделов по связям с общественностью органов гос. власти. Задачи отделов по связям с общественностью в органах гос. власти. Эффективные способы доставки информационного сообщения от органов государственной власти и их руководителей. Доставка информационного сообщения через ньюсмейкеров. Классификация доставки информационного сообщения. Подготовка и распространение основных видов информационного послания: пресс-релиз, пресс-кит, нереальный комментарий, живой				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
комментарий, подход, пресс–конференция, брифинг, бэк-брифинг, интервью, дебаты.				
Модуль 2.	0	0	0	0
Связи с общественностью в государственном секторе в системе коммуникаций				
Тема 6. Коммуникационные отличия связей с общественностью, агитации, пропаганды, рекламы	1	0	2	5
Определение агитации, пропаганды, рекламы. Их роли, цели, задачи, функции как основные критерии отличия. Идеология как основа пропаганды. Манипулятивные технологии. Типология пропаганды. Методы и приемы агитации, пропаганды, рекламы, связей с общественностью. Различие по степени психологического воздействия. Общие черты связей с общественностью, агитации, пропаганды, рекламы				
Тема 7. Особенности связей с общественностью в государственном секторе как разновидности коммуникации	1	0	2	5
Определение коммуникации. Структура, формы, типы, виды, разновидности, функции коммуникации в гос. органах. Виды коммуникационных отношений. Типы общества. СО как разновидность коммуникации. Суть и особенности связей с общественностью в гос. органах. Особенности СО в международных гос. коммуникациях				
Тема 8. Целевые аудитории коммуникации в государственном секторе, взаимодействие с ними	1	0	2	5
Целевые аудитории государственного сектора: НКО, СМИ, население, занятые, выборные должностные лица. Принципы работы с каждой из целевых аудиторий. Методы взаимодействия. Критерии интересности. Способы привлечения внимания. Пресс – клипинг. Методы управления новостями. «Этапы жизни» новости.				
Тема 9. Интернет как современное средство коммуникации в государственном секторе	1	0	2	5
Современная блогосфера как элемент государственных коммуникаций. Сайт Wordpress как основа коммуникаций с населением органов гос. власти Пермского края. Собственные странички в интернете органов гос. власти, их первых лиц и сотрудников. Возможности Твиттера для информирования населения. Возможности ICQ для взаимодействия с занятыми. Социальные сети – новый эффективный механизм взаимодействия с целевыми аудиториями. Возможности интернета для обратной связи и немедленного получения				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
информации				
Тема 10. Роль специалиста по связям с общественностью в разработке и осуществлении программ «Электронного правительства»: российский и международный опыт	1	0	2	5
Электронное правительство как PR-инструмент борьбы с бюрократией, плохими чиновниками, коррупцией. Определение электронного правительства. Функции электронного правительства. Схемы электронного правительства. Задачи электронного правительства. Этапы внедрения электронного правительства. Принципы функционирования электронного правительства. 3 обязательных блока идеального электронного правительства. Мировой опыт реализации проекта электронного правительства. Российский опыт реализации проекта электронного правительства. Эффективность проекта электронного правительства				
Тема 11. Основные компоненты имиджа органа государственной власти	1	0	2	5
Структура формирования имиджа органа государственной власти. Качества лидера по Макиавелли. Характеристики лидера. Противоречия конструкции образа лидера. Понятие «информационная деревня» Маршала Маклюэна. Руководитель органа государственной власти как основной компонент имиджа. Необходимые составляющие имиджа органа гос. власти. Паблицити и имидж. Эволюция концепции имиджа. Определения имиджа и репутации. Основные свойства и характеристики. Конструирование имиджа органов государственной власти и его первых лиц. Управление репутацией органа государственной власти и его первых лиц. Корпоративный имидж и фирменный стиль в органах государственной власти				
Тема 12. Методы и технологии повышения доверия к органам государственной власти	1	0	2	5
Необходимость развития технологий связей с общественностью в органах гос. власти. Методы работы служб по связям с общественностью в органах гос. власти. Повышение эффективности деятельности служб по связям с общественностью в органах гос. власти. Манипулятивные технологии в связях с общественностью в органах гос. власти.				
Тема 13. Связи с общественностью в системе гос. закупок	1	0	2	5
Основные принципы работы системы				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
государственных контрактов. Основные принципы запроса котировок. Основные принципы электронных аукционов. Работа с жалобами населения, поставщиков и заказчиков аукциона. Принципы правильного составления документации для участия в государственных закупках. Информационная поддержка государственных закупок: от принятия решения до подписания акта приёма-передачи выполненных работ (оказанных услуг).				
Модуль 3.	0	0	0	0
Информационное пространство государственного сектора				
Тема 14. Особенности работы с информацией в органах государственной власти	1	0	2	5
Информационное пространство и информационная повестка дня. Определение информационного пространства. Определение информационной повестки дня. Мониторинг. Информационная конъюнктура. Структура информационного процесса. Информационное сообщение. Определение. Основные характеристики. Информационный повод. Особенности работы с текстами. Особенности использование невербальных средств в СМИ. Аудитория – определение и основные свойства. Особенности работы гос. служб СО с информационными каналами. Управление информационным процессом в органах государственной власти. Цель информационного процесса. Структура информационного процесса. Доставка информационного сообщения. Информационное эхо и информационный резонанс. Субъект информационного пространства. Объект информационного пространства. Информационные споры. Деятельность специалиста по связям с общественностью в конфликтных ситуациях. Информационный процесс как многоуровневая система				
Тема 15. Современные информационные войны: технологии «цветных» переворотов и революций через социальные сети	1	0	2	5
Роль и место информации в процессе организации цветных революций в Грузии, Киргизии, Украине. Технология организации современных революций и контрреволюций через социальные сети. Роли «агрессора» и «жертвы». Модели раскола организации.				
Тема 16. Создание и реализация коммуникационных проектов в органах	1	0	2	5

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
государственной власти 10 правил реализации проектов по связям с общественностью органами гос. власти. Модульные технологии в реализации PR проектов. Особенности методов работы СО служб в органах гос. власти по реализации PR проектов.				
Защита проектов	2	0	2	10
Защита индивидуального задания				
ИТОГО по 7-му семестру	18	0	34	90
ИТОГО по дисциплине	18	0	34	90

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Предмет и задачи курса
2	Роль, цель, задачи, функции связей с общественностью в государственном секторе
3	Сходства и отличия связей с общественностью в государственном секторе от связей с общественностью в коммерческой среде и политике
4	Связи с общественностью органов государственной власти. Система государственного устройства России
5	Работа специалистов по связям с общественностью в качестве пресс-секретарей органов государственной власти и их руководителей
6	Коммуникационные отличия связей с общественностью, агитации, пропаганды, рекламы
7	Особенности связей с общественностью в государственном секторе как разновидности коммуникации
8	Целевые аудитории коммуникации в государственном секторе, взаимодействие с ними
9	Интернет как современное средство коммуникации в государственном секторе
10	Роль специалиста по связям с общественностью в разработке и осуществлении программ «Электронного правительства»: российский и международный опыт
11	Основные компоненты имиджа органа государственной власти
12	Методы и технологии повышения доверия к органам государственной власти
13	Связи с общественностью в системе гос. закупок
14	Особенности работы с информацией в органах государственной власти
15	Современные информационные войны: технологии «цветных» переворотов и революций через социальные сети
16	Создание и реализация коммуникационных проектов в органах государственной власти

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Чумиков А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник для вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - Москва: ИНФРА-М, 2014.	50
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Мирошниченко А.А. Паблик рилейшнз в общественно-политической сфере. М.: Эксперт-бюро, 1998. – 141 с	5
2	Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-бук, 2000. – 574 с.	20

3	Русаков А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти : учебное пособие для вузов / А.Ю. Русаков.	15
4	Сухотерин Л.Я., Юдинцев И.В. / Информационная работа в государственном аппарате: Москва: Европа, 2007	1
5	Управление общественными отношениями : Учебник / Под общ. ред. В. С. Комаровского . – М.: Изд-во РАГС, 2003,2005	26
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Стегний В. Н. Политология : учебное пособие / В. Н. Стегний, Н. Н. Целищев, В. И. Шерпаев. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2011.	http://elib.pstu.ru/docview/?fDocumentId=1257	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Схемы и таблицы к курсу "Политология" : учебное пособие / Пермский государственный технический университет; Сост. В. Н. Стегний, Н. Н. Целищев, В. И. Шерпаев. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2011.	http://elib.pstu.ru/docview/?fDocumentId=3898	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	http://www.diss.rsl.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	экран, проектор, компьютер	1
Практическое занятие	экран, проектор, компьютер	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Реклама и связи с общественностью в государственном секторе»
Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Связи с общественностью и реклама
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Выпускающая кафедра:	Иностранные языки и связи с общественностью
Форма обучения:	Очная

Курс: 4

Семестр: 7

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану:	4 ЗЕ
Часов по рабочему учебному плану:	144ч.

Форма промежуточной аттестации:

Дифференцированный зачёт: 7 семестр

Пермь 2020

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (7 семестра учебного плана) и разбито на 16 тем (или 3 учебных модуля). В каждой теме предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по самостоятельным работам и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР		Зачёт
Усвоенные знания						
3.1. Знает методы социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) в деятельности специалиста по связям с общественностью в органах государственной власти		ТО		КЗ		ТВ
3.2. знает технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов в органах государственной власти		ТО		КЗ		ТВ
3.3. знает профессиональные и этические кодексы специалиста по связям с общественностью и рекламе; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику органов государственной власти;		ТО		КЗ		ТВ
Освоенные умения						
У.1. умеет применять методы социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) в деятельности специалиста по связям с общественностью в органах государственной власти;				КЗ		ПЗ
У.2. умеет применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов в органах				КЗ		ПЗ

государственной власти						
Приобретенные владения						
В.1. владеет навыками осуществления социологических, медийных и прочих исследований (качественных и количественных) в деятельности специалиста по связям с общественностью в органах государственной власти;				КЗ		ПЗ
В.2. владеет навыками применения технологий и основных методов оценки эффективности медиатекстов в органах государственной власти				КЗ		ПЗ

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме защиты решения индивидуального задания (кейс-задачи).

2.2.1. Защита лабораторных работ

Не предусмотрено.

2.2.2. Рубежная контрольная работа

Не предусмотрено

2.2.3. Защита решения индивидуального задания (кейс-задачи)

Типовые задания для решения индивидуального задания (кейс-задачи):

1. Напишите пресс-релиз по поводу одного из актуальных событий информационной повестки одного из органов государственной власти.
2. Подготовьте и проведите пресс-конференцию, интервью, пресс-подход, брифинг по одной из общественно-значимых тем в рамках полномочий органов государственной власти.
3. Проведите исследование по выявлению коммуникационных проблем по одной из общественно-значимых тем одного из органов государственной власти.
4. Предложите коммуникационные решения проблем, выявленных в ходе исследования по одной из общественно-значимых тем одного из органов государственной власти .
5. Подготовьте фотопортфолио для руководителя одного из органов государственной власти (либо самого органа государственной власти).

6. Подготовьте видеозапись интервью с руководителем одного из органов государственной власти по социально значимой теме (событию).
7. Разработайте варианты статических (картинка/плакат) и динамических (видео) материалов социальной рекламы органа государственной власти, направленных на решение социально-значимой проблемы.
8. Создайте и наполните информацией (контентом) по социально-значимой теме в одной из социальных сетей (или мессенджеров) страницу органа государственной.

2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения) как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех запланированных работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих индивидуальных заданий студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролируемые уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

**Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине
Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:**

1. Предмет и задачи курса «Реклама и связи с общественностью в государственном секторе».
2. Роль, цель, задачи, функции связей с общественностью в государственном секторе
3. Сходства и отличия связей с общественностью в государственном секторе от связей с общественностью в коммерческой среде и политике.
4. Связи с общественностью органов государственной власти. Система государственного устройства России.
5. Работа специалистов по связям с общественностью в качестве пресс-секретарей органов государственной власти и их руководителей.
6. Коммуникационные отличия связей с общественностью, агитации, пропаганды, рекламы.
7. Особенности связей с общественностью в государственном секторе как разновидности коммуникации.
8. Целевые аудитории коммуникации в государственном секторе, взаимодействие с ними.
9. Интернет как современное средство коммуникации в государственном секторе.
10. Роль специалиста по связям с общественностью в разработке и осуществлении программ «Электронного правительства»: российский и международный опыт.
11. Основные компоненты имиджа органа государственной власти.
12. Методы и технологии повышения доверия к органам государственной власти.
13. Связи с общественностью в системе гос. закупок.
14. Особенности работы с информацией в органах государственной власти.
15. Современные информационные войны: технологии «цветных» переворотов и революций через социальные сети.
16. Создание и реализация коммуникационных проектов в органах государственной власти.
17. Лоббирование как элемент связей с общественностью в государственном секторе. Цели, задачи, функции лоббирования. Основные методы лоббирования.
18. Геобрендинг как одна из задач связей с общественностью в государственном секторе: цели задачи, основные инструменты.
19. Медиарилейшнз в органах гос. власти.
20. Управление информационным процессом в органах государственной власти.
21. Особенности работы государственных служб по связям с общественностью с информационными каналами.
22. Правовые и этические основы деятельности по связям с общественностью органов государственной власти.
23. Деятельность по связям с общественностью органов государственной власти в кризисных и конфликтных ситуациях.
24. Субъект и объект информационного пространства органов государственной власти. Информационное эхо и информационный резонанс.
25. Репутационный менеджмент в органах государственной власти. Управление факторами, формирующими отрицательную репутацию.

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

1. Напишите пресс-релиз по теме «Меры по непрерывности образования в неблагоприятных эпидемиологических условиях».
2. Напишите пресс-релиз по теме «Меры предпринимаемые ГИБДД по обеспечению безопасности пешеходов».
3. Напишите пресс-релиз по теме «Результаты развития системы здравоохранения Пермского края».
4. Подготовьте интервью с руководителем департамента строительства и архитектуры Перми на тему «Меры предпринимаемые органом местного самоуправления к юбилею Перми».
5. Подготовьте и организуйте в учебном пространстве импровизированную пресс-конференцию на тему «Развитие системы транспорта Перми», а также возможные вопросы журналистов и ответы на них.
6. Составьте программу исследования на тему «Современные коммуникационные проблемы транспортной реформы административного центре субъекта РФ».
7. Составьте программу исследования на тему «Коммуникационные проблемы строительства социальной инфраструктуры в административном центре субъекта РФ»
8. Составьте программу исследования на тему «Коммуникационные проблемы системы здравоохранения Пермского края».
9. Составьте программу исследования на тему «Коммуникационные проблемы сферы дорожного строительства и ремонта региона».
10. Составьте программу исследования на тему «Коммуникационные проблемы представительного органа власти региона».
11. Предложите несколько методов решения коммуникационных проблем неодобрения жителями административного центра субъекта РФ транспортной реформы.
12. Предложите несколько методов решения коммуникационных проблем отсутствия интереса к деятельности депутатов представительного органа власти субъекта РФ, а также непонимания его функционала.
13. Предложите несколько методов решения коммуникационных проблем взаимодействия главы административного центра субъекта РФ с жителями города.
14. Разработайте не менее 10 сюжетов фотографий, которые могут положительно проиллюстрировать деятельность Министерства Образования Пермского края.
15. Разработайте не менее 10 сюжетов фотографий, которые могут положительно проиллюстрировать деятельность Министерства строительства Пермского края.
16. Разработайте не менее 10 сюжетов фотографий, которые могут положительно проиллюстрировать деятельность Министерства транспорта Пермского края.
17. Напишите текст видеопоздравления жителям региона от главы субъекта РФ.
18. Напишите текст видеообращения главы административного центра субъекта РФ по поводу случившегося чрезвычайного происшествия к жителям данного населенного пункта.
19. Напишите текст приветствия участникам, зрителям и гостям всероссийского чемпионата по вольной и греко-римской борьбе от министра спорта субъекта РФ, предназначенном для произнесения на открытии мероприятия.

20. Напишите 7 текстов поздравлений руководителя представительного органа власти субъекта РФ со следующими праздниками: Новый год, День защитников Отечества, Международный женский день, День победы, День независимости РФ, День российского флага, День народного единства. У каждого поздравления указать целевую аудиторию.

21. Разработайте сценарий видеоряда, синхрона и соответствующего звукового сопровождения социального ролика продолжительностью 30 сек., направленного на снижение аварийности на дорогах среди целевой аудитории мужчин в возрасте от 25 до 50 лет.

22. Разработайте сценарий видеоряда, синхрона и соответствующего звукового сопровождения социального ролика продолжительностью 30 сек, направленного на снижение курения табака среди целевой аудитории в возрасте от 15 до 30 лет.

23. Разработайте сценарий видеоряда, синхрона и соответствующего звукового сопровождения социального ролика продолжительностью 30 сек, направленного на своевременное прохождение диспансеризации среди целевой аудитории женщин старше 45 лет.

24. Разработайте название канала (страницы) в социальной сети Инстаграмм (ВКонтакте, Одноклассники) департамента дорог и транспорта Перми. Обоснуйте выбор социальной сети и названия. Составьте техническое задание дизайнеру для разработки возможного аватара сообщества (страницы). Составьте месячный план публикаций в социальной сети.

25. Разработайте название канала (страницы) в социальной сети Инстаграмм (ВКонтакте, Одноклассники) Министерства сельского хозяйства и продовольствия Пермского края. Обоснуйте выбор социальной сети и названия. Составьте техническое задание дизайнеру для разработки возможного аватара сообщества (страницы). Составьте месячный план публикаций в социальной сети.

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

1. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства строительства Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.

2. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства здравоохранения Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.

3. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства транспорта Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.

4. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства ЖКХ и благоустройства Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.

5. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства строительства Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.

6. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства культуры Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
7. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства образования и науки Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
8. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства строительства Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
9. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства промышленности и торговли Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
10. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства сельского хозяйства Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
11. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства физической культуры и спорта Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
12. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства социального развития Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
13. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства строительства Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
14. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства информационного развития Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
15. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства территориальной безопасности Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
16. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Министерства по туризму и молодежной политике Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
17. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год депутата Пермской городской Думы. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
18. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год депутата Пермской городской Думы. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
19. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год депутата Законодательного Собрания Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
20. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности управления ГИБДД Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.

21. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Военного комиссариата Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
22. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Управления Федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
23. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю (Пермьстата) по вопросу проведения Всероссийской переписи населения на территории Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
24. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Пермского краевого суда. Представьте его в виде диаграммы Ганта.
25. Разработайте план коммуникационных мероприятий на календарный год по одному из направлений деятельности Прокуратуры Пермского края. Представьте его в виде диаграммы Ганта.

2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.