



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института экономики и управле-  
ния

Н.Р. Балынская

«05» сентября 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ**

Направление 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Уровень высшего образования – бакалавриат

Программа подготовки – академический бакалавриат

Форма обучения

Очная

Институт	экономики и управления
Кафедра	Государственного муниципального управления и управле- ния персоналом
Курс	3
Семестр	6

Магнитогорск  
2018 г.

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденного приказом МОиН РФ от 10.12.2014 № 1567

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Государственного и муниципального управления и управления персоналом «31» августа 2018 г., протокол № 1.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ / Н.Р. Балынская /  
(подпись) (И.О. Фамилия)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института Экономики и управления «05» сентября 2018 г., протокол № 1.

Председатель \_\_\_\_\_ / Н.Р. Балынская /  
(подпись) (И.О. Фамилия)


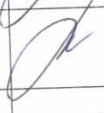
Рабочая программа составлена: доцент кафедры Государственного и муниципально-  
го управления и управления персоналом, канд. филос. наук, доцент  
(должность, ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ / О.С. Пищугина /  
(подпись) (И.О. Фамилия)

Рецензент: директор ООО «ММК-Индустриальный парк», кандидат экономических наук  
(должность, ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ / В.В. Дремов /  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**Лист регистрации изменений и дополнений**

№ п/п	Раздел программы	Краткое содержание изменения/дополнения	Дата. № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой
1.	П.8	Учебно-методическое информационное дисциплины и обеспечение	18.09.2019, №2	
2.	П.8	Учебно-методическое информационное дисциплины и обеспечение	31.08.2020, №1	

## 1 Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» является подготовка специалистов, владеющих теоретическими и практическими знаниями в области современных PR технологий, ознакомление студентов со спецификой проведения PR кампаний в органах власти, а также рассмотрение закономерностей политического PR как особого вида коммуникации. Формирование у студентов навыков установления позитивных взаимосвязей органов власти планирования с представителями политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций.

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы подготовки бакалавра

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Связи с общественностью в органах власти» входит в вариативную часть образовательной программы блока Б1 по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление».

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин: «Основы государственного и муниципального управления».

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы при изучении дисциплин: «Зарубежный опыт государственного и муниципального управления».

## 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
<b>ОПК – 4 – способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.</b>	
Знать	– основные составляющие и этапы подготовки публичного выступления, главные требования к организации публичных выступлений в органах власти – способы и средства информационного воздействия в органах власти – основные принципы организации делопроизводства и документооборота в органах государственной и муниципальной власти
Уметь	– поддерживать профессиональную коммуникацию в органах власти – интегрировать в деятельность в органах власти положения аналитических докладов, отчетов и других информационных материалов
Владеть	– навыками сбора, обработки информации и документационном обеспечении государственных органов власти, органов власти субъектов РФ, органов МСУ и организаций пакетом офисных программ для работы с деловой информацией и основами сетевых технологий – методами организации эффективных деловых коммуникаций в органах власти
<b>ПК-23 - владением навыками планирования и организации деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических</b>	

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
<b>партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций.</b>	
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы построения социально-экономических организаций с использованием современных информационных технологий</li> <li>– технологию и приемы работы с экономической и правовой документацией, правила ведения делопроизводства органов государственной власти РФ, органов государственной власти субъектов РФ, органов МСУ, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций</li> </ul>
Уметь	– эффективно применять методы целеполагания, взаимодействовать со специалистами различного уровня по вопросам обеспечения служебной деятельности
Владеть	специальными программными средствами для эффективной организации деятельности органов государственной власти РФ, органов государственной власти субъектов РФ, органов МСУ, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций

#### 4 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы 108 акад. часа, в том числе:

- контактная работа – 55 акад. часов;
- аудиторная – 54 акад. часа;
- внеаудиторная – 1 акад. час;
- самостоятельная работа – 53 акад. часа;

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
1. Сущность и особенности менеджмента общественных связей в социокультурной сфере	6	2		4/4И	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение индивидуальных домашних заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	<i>ОПК-4-зув;</i> <i>ПК-23-зув.</i>
2. Традиции в системе общественных отношений и пути их формирования. Место PR в различных коммуникационных системах	6	2		4/4И	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	<i>ОПК-4-зув;</i> <i>ПК-23-зув.</i>

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в acad. часах)			Самостоятельная работа (в acad. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
						Выполнение индивидуальных домашних заданий		
3. Коммуникации на политическом рынке. Коммуникация на рынке товаров и услуг	6	2		4/4И	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение индивидуальных домашних заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	<i>ОПК-4-зув;</i> <i>ПК-23-зув.</i>
4. Понятие корпорации и корпоративного позиционирования. Конструирование корпоративного имиджа	6	2		4/4И	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение индивидуальных домашних заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	<i>ОПК-4-зув;</i> <i>ПК-23-зув.</i>
5. Планирование системы формальных	6	2		4/4И	6	Подготовка к	Практическое занятие	<i>ОПК-4-зув;</i>

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
идентификационных признаков (фирменный стиль). Корпоративные коммуникации и окружающее пространство: комплексные решения и органичные сочетания						практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение индивидуальных домашних заданий	Устный опрос (собеседование)	<i>ПК-23-зув.</i>
6. Концепция, формат, рабочий план мероприятий и их дифференциация. Планирование бюджета PR-акции и PR-кампании	6	2		4/4И	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение индивидуальных домашних заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	<i>ОПК-4-зув;</i> <i>ПК-23-зув.</i>
7. Гендер: конкурс планов проведения PR-кампании. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях	6	2		4/4И	7	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	<i>ОПК-4-зув;</i> <i>ПК-23-зув.</i>



Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
						Работа с электронными библиотеками Выполнение индивидуальных домашних заданий		
8. PR-действия в целях управления конфликтом. Технологические основы PR.	6	4		8/8И	6,1	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение индивидуальных домашних заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	<i>ОПК-4-зув;</i> <i>ПК-23-зув.</i>
<b>Итого за семестр</b>		<b>18</b>		<b>36/36И</b>	<b>53</b>		<b>Промежуточная аттестация – зачет с оценкой</b>	

**36/И – в том числе, часы, отведенные на работу в интерактивной форме.**

## 5 Образовательные и информационные технологии

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При обучении студентов дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» следует осуществлять следующие образовательные технологии:

1. **Традиционные образовательные технологии** ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения).

### *Формы учебных занятий с использованием традиционных технологий:*

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Практическое занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

2. **Технологии проблемного обучения** – организация образовательного процесса, которая предполагает постановку проблемных вопросов, создание учебных проблемных ситуаций для стимулирования активной познавательной деятельности студентов.

### *Формы учебных занятий с использованием технологий проблемного обучения:*

Практическое занятие в форме практикума – организация учебной работы, направленная на решение комплексной учебно-познавательной задачи, требующей от студента применения как научно-теоретических знаний, так и практических навыков.

3. **Технологии проектного обучения** – организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания. Проект предполагает совместную учебно-познавательную деятельность группы студентов, направленную на выработку концепции, установление целей и задач, формулировку ожидаемых результатов, определение принципов и методик решения поставленных задач, планирование хода работы, поиск доступных и оптимальных ресурсов, поэтапную реализацию плана работы, презентацию результатов работы, их осмысление и рефлексию.

### *Основные типы проектов:*

Творческий проект, как правило, не имеет детально проработанной структуры; учебно-познавательная деятельность студентов осуществляется в рамках рамочного задания, подчиняясь логике и интересам участников проекта, жанру конечного результата (газета, фильм, праздник, издание, экскурсия и т.п.).

4. **Интерактивные технологии** – организация образовательного процесса, которая предполагает активное и нелинейное взаимодействие всех участников, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. Наряду со специализированными технологиями такого рода принцип интерактивности прослеживается в большинстве современных образовательных технологий.

### *Формы учебных занятий с использованием специализированных интерактивных технологий:*

Семинар-дискуссия – коллективное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы, выявление мнений в группе (межгрупповой диалог, дискуссия как спор-диалог).

5. **Информационно-коммуникационные образовательные технологии** – организация образовательного процесса, основанная на применении специализированных программных сред и технических средств работы с информацией.

Формы учебных занятий с использованием информационно-коммуникационных технологий:

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

Практическое занятие в форме презентации – представление результатов проектной или исследовательской деятельности с использованием специализированных программных средств.

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

### **Тема 1. Сущность и особенности менеджмента общественных связей в социокультурной сфере**

*Вопросы для обсуждения*

Анализ определений Public Relations.

Альтруистический, компромиссный, прагматический подходы к определению понятия «Public Relations».

Содержательные (смысловые), инструментальные определения «Public Relations».

Соотношение понятий «Public Relations», «пропаганда», «реклама».

Особенности менеджмента общественных связей в социокультурной сфере.

### **Тема 2. Традиции в системе общественных отношений и пути их формирования. Место PR в различных коммуникационных системах**

*Вопросы для обсуждения*

Объективность возникновения PR-функции и ее реализация в исторической перспективе.

Содержательные модели PR-деятельности.

История возникновения и развития PR.

XX век: рождение и развитие формальных PR за рубежом и в России.

RACE.

Цикл качества PR.

PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).

PR в универсальной коммуникационной цели.

### **Тема 3. Коммуникации на политическом рынке. Коммуникация на рынке товаров и услуг**

*Вопросы для обсуждения*

Выборы, революции, обеспечение реформ, поддержание национальной идентичности, поддержание имиджа власти.

Продажи, PR, IR, GR

### **Тема 4. Понятие корпорации и корпоративного позиционирования. Конструирование корпоративного имиджа**

*Вопросы для обсуждения*

Управление восприятием.

Корпорация, корпоративное пространство, корпоративная деятельность.

Корпоративное позиционирование.

Уникальное торговое предложение (УТП).

Товар, бренд.

Управление восприятием.

Сущность и особенности менеджмента общественных связей в социокультурной сфере.

Основные пути и средства сохранения и повышения репутации субъектов социально-культурной деятельности: решение задач формирования имиджа, позиционирования и персонификации.

Имидж – корпоративный мир-дом и тотальная коммуникация.

«Подземный фундамент» корпоративного дома: миссия, видение, корпоративная философия.

«Надземный фундамент»: история-легенда.

Внешний облик.

Корпоративные кодексы.

Виртуальные персонажи дома.

Флора и фауна, друзья, недруги и конкуренты.

Название, слоган.

### **Тема 5. Планирование системы формальных идентификационных признаков (фирменный стиль). Корпоративные коммуникации и окружающее пространство: комплексные решения и органичные сочетания**

*Вопросы для обсуждения*

Фирменный стиль в общем контексте деятельности PR-специалиста.

Минимальный пакет фирменного стиля.

Носители фирменного стиля.

Примеры построения комплексных программ конструирования корпоративного имиджа.

### **Тема 6. Концепция, формат, рабочий план мероприятий и их дифференциация. Планирование бюджета PR-акции и PR-кампании**

*Вопросы для обсуждения*

История вопроса.

Исследовательская работа.

Принципы работы осуществления миссии.

Видение плана.

Ориентиры, меры по их реализации.

Решаемые задачи, формы работы.

Зарубежный опыт: бюджет с позиций PR-агентства, бюджет с точки зрения внутрифирменного

PR-отдела.

Российский опыт, стоимость PR-услуг на российском рынке.

Измерение эффективности PR-деятельности.

### **Тема 7. Тендер: конкурс планов проведения PR-кампании. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях**

*Вопросы для обсуждения*

Организация тендера.

Тендерная документация.

Оценка предложений.

Неформальные тендеры.

Кризис как чрезвычайное происшествие и подготовка к нему.

Работа с целевыми аудиториями в условиях ЧП.

Правила поведения в кризисной ситуации и исключения из них.

Кризис как сигнал к изменению тактики PR-обеспечения бизнеса.

Версия – ключевой момент в нейтрализации последствий ЧП.

Некоторые особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.

## **Тема 8. PR-действия в целях управления конфликтом. Технологические основы PR**

### *Вопросы для обсуждения*

- Конфликт и «тлеющий» кризис – повседневная реальность.
- Комплексные циклы действий в конфликтной ситуации.
- Локальные приемы и механизмы управления конфликтами.
- СМИ как основной канал воздействия PR-технологий.
- СМИ как медиа-политическая система.
- СМИ с точки зрения их типологических особенностей и возможностей охвата целевых аудиторий.
- Радио.
- Печатные СМИ.

### ***Примерные аудиторные практические работы (АПР):***

#### ***АПР №1 «Возможность влияния на динамику общественного настроения»***

Современные методы информирования, убеждения и внушения. Эффекты заражения и моды. Управление информацией и конструирование новостей. Изучение и формирование общественного мнения. Традиции в системе общественных отношений и пути их формирования. Возможность влияния на динамику общественного настроения. Управление СМИ и управление информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Этапы, логика и механизмы управления: формирование собственного информационного потока, сегментирование информационного потока, манипулирование информацией, приоритетная поставка информации, информационное партнерство, оптимизация формы и стиля подачи материала. Подготовка материалов к распространению. Правила составления информационных сообщений. Приемы создания и усиления новостей. Основной и дополнительный «вес» новости. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства: взгляд с позиции журналиста.

#### ***АПР №2 «Подготовка материалов к распространению»***

Правила составления информационных сообщений. Оформление пресс-релизов. Комплектование информационных пакетов. Формы подачи информационно-новостных материалов: тексты и материалы. Особенности PR-текстов и общие требования к их подготовке: PR-тексты и журналистские материалы, PR-тексты и реклама, общие правила подготовки PR-текстов. Материалы для непосредственной публикации: информационные жанры, аналитические жанры, художественно-публицистические жанры. Комплектование информационных пакетов. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий. Оформление пресс-релизов. Новостные PR-мероприятия: пресс-конференция, брифинг, интервью и беседы, конференция, пресс-конференция, презентация, пресс-тур, клубный вечер. Подготовка публичных выступлений в аудитории, по радио, на телевидении. Размещение газетно-журнальных сообщений.

#### ***АПР №3 «PR-кампания в сети Интернет»***

«Всемирная паутина» и Интернет в России. Типы коммуникаций в Интернете. Модели Интернет-присутствия. Особенности работы с целевыми аудиториями в Сети. Веб-сайт как пространство для реализации стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Баннер как технология создания привлекательного имиджа. Использование Интернет-почты в PR-кампании.

#### ***АПР №4 «Экономические кампании. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности»***

Связи с общественностью на фондовом рынке, в реальном секторе экономики и их субъекты. Раскрытие информации о компании. Акценты в работе с финансовой (инвестиционной) информацией. Этапы динамической коммуникации инвестора и эмитента и сопутствующие им материалы. Инвестиционная привлекательность компании. Инвестиционная привлекательность региона.

#### ***АПР №5 «Социальные кампании. Спонсоринг и фанд-рейзинг»***

Спонсоринг: преимущества, основания для выделения средств. Фанд-рейзинг: как мотивировать спонсора, подготовка документов и моделей: спонсорский пакет, письмо-запрос, заявка. Переговоры с потенциальным спонсором. Этические стандарты в работе со спонсором.

#### ***АПР №6 «Модульные технологии в реализации PR-проектов»***

Эффективный результат. Корпоративный контекст проекта. Комплект базовых материалов фирменный стиль. Пул информационной поддержки. Презентационная акция. Информационный модуль на выставке. Инициирование внимания ведущих государственных и общественных деятелей. Организация поездок журналистов. Встреча в формате «круглого стола». Кульминационное действие.

#### ***АПР №7 «Приемы PR в политической рекламе»***

Использование технологий PR в политической рекламе. Работа с политической элитой и лидерами общественного мнения. Работа с командой политика. Взаимодействие с электоратом. Создание информационных поводов. Организация специальных событий и спецпроектов. Встречи с населением. План-график опорных мероприятий кампании с участием политического лидера. Общие и специальные требования к организации публичных мероприятий. Анализ эффективности мероприятий.

#### ***АПР №8 «PR в органах государственной власти»***

Место PR в органах государственной власти: теоретическое обоснование. Государственная PR-служба: уровень минимальной достаточности. PR-подразделения в крупных государственных структурах: пресс-служба Президента РФ, Управление Президента по связям с общественностью, пресс-служба Государственной Думы РФ, информационно-аналитический отдел по связям с прессой и общественностью при Министерстве образования РФ, Управление по взаимосвязям с законодательными, исполнительными и общественными организациями Министерства финансов РФ, Управление развития общественных связей РАО «Газпром».

#### ***Примерные индивидуальные домашние задания (ИДЗ):***

##### ***ИДЗ № 1 «Сущность и особенности менеджмента общественных связей в социокультурной сфере»***

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 1. Повторить вопросы:
  1. Основные понятия публич рилейшенз рекламы.
  2. Публик рилейшенз и политическая реклама.
  3. Публик рилейшенз и массовое сознание.
  4. Публик рилейшенз и идеология, система ценностей.
  5. Публик рилейшенз и пропаганда.
  6. Публик рилейшенз и стратегия определенных политических сил.

Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.

### **ИДЗ № 2 «Традиции в системе общественных отношений и пути их формирования. Место PR в различных коммуникационных системах»**

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 2. Повторить вопросы:

1. Мультимедийный продукт: этапы производства.
2. Технологии и рынки мультимедиа в современном обществе.
3. Новейшие информационные технологии как фактор развития общества.
4. Интернет и демократизация информационных потоков в современном обществе.
5. Государство и онлайн-технологии: стратегии взаимодействия.
6. Информационная безопасность и развитие новейших мультимедиа.
7. Интернет и традиционные СМИ: особенности взаимодействия.
8. Роль Интернет в современном телевидении.
9. Роль Интернет в современном радиовещании.

10. Средства массовой коммуникации как инструмент воздействия на общественное мнение.

### **ИДЗ №3 «Коммуникации на политическом рынке. Коммуникация на рынке товаров и услуг»**

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 3. Повторить вопросы:

1. Новейшие коммуникационные технологии и их интеграция в деятельность современного предприятия.
2. Эффективные практики коммуникационного менеджмента.
3. Внешнеполитический PR: особенности, технологии, тенденции.
4. Имидж организации: формирование и продвижение.
5. Внутренний имидж организации: особенности и способы построения.

Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.

### **ИДЗ №4 «Понятие корпорации и корпоративного позиционирования. Конструирование корпоративного имиджа»**

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 4. Повторить вопросы:
  1. Имидж организации: формирование и продвижение.
  2. Внутренний имидж организации: особенности и способы построения.
  3. Формирование имиджа города (территории).
  4. Имидж личности: формирование и восприятие.

Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.

### **ИДЗ №5 «Планирование системы формальных идентификационных признаков (фирменный стиль). Корпоративные коммуникации и окружающее пространство: комплексные решения и органичные сочетания»**

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 5. Повторить вопросы:

1. Фирменный стиль в общем контексте деятельности PR-специалиста.
2. Минимальный пакет фирменного стиля. Носители фирменного стиля.
3. Примеры построения комплексных программ конструирования корпоративного имиджа.

Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.

#### **ИДЗ №6 «Концепция, формат, рабочий план мероприятий и их дифференциация. Планирование бюджета PR-акции и PR-кампаний»**

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
  2. Доработать материалы лекции.
  3. Подготовиться к работе на лекции по теме 6. Повторить вопросы:
    1. История вопроса.
    2. Принципы работы осуществления миссии. Видение плана. Ориентиры, меры по их реализации.
    3. Решаемые задачи, формы работы. Зарубежный опыт: бюджет с позиций PR-агентства, бюджет с точки зрения внутрифирменного PR-отдела.
    4. Российский опыт, стоимость PR-услуг на российском рынке.
    5. Измерение эффективности PR-деятельности.
- Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.

#### **ИДЗ №7 «Тендер: конкурс планов проведения PR-кампании. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях»**

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
  2. Доработать материалы лекции.
  3. Подготовиться к работе на лекции по теме 7. Повторить вопросы:
    1. Организация тендера. Тендерная документация. Оценка предложений.
    2. Неформальные тендеры.
    3. Кризис как чрезвычайное происшествие и подготовка к нему.
    4. Работа с целевыми аудиториями в условиях ЧП. Правила поведения в кризисной ситуации и исключения из них.
    5. Кризис как сигнал к изменению тактики PR-обеспечения бизнеса.
    6. Версия – ключевой момент в нейтрализации последствий ЧП.
    7. Некоторые особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
- Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.

#### **ИДЗ №8 «PR-действия в целях управления конфликтом. Технологические основы PR»**

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
  2. Доработать материалы лекции.
  3. Подготовиться к работе на лекции по теме 8. Повторить вопросы:
    1. Конфликт и «тлеющий» кризис – повседневная реальность.
    2. Комплексные циклы действий в конфликтной ситуации. Локальные приемы и механизмы управления конфликтами.
    3. СМИ как основной канал воздействия PR-технологий.
    4. СМИ как медиа-политическая система.
    5. СМИ с точки зрения их типологических особенностей и возможностей охвата целевых аудиторий. Радио. Печатные СМИ.
- Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.



### Тесты для самоконтроля:

1. Авторство термина «паблик рилейшнз» принадлежит:
  - А) американскому президенту Аврааму Линкольну;
  - Б) американскому президенту Томасу Джефферсону;
  - В) американскому журналисту Айви Ли;
  - Г) одному из первых ПР-профессионалов в Америке Эдварду Бернейзу.
2. Укажите дату государственной регистрации профессии ПР-специалиста:
  - А) 28 июля 1994г.;
  - Б) 24 июня 2001г.;
  - В) 21 августа 1998г.;
  - Г) 28 июля 2004г.
3. Какого подхода к определению ПР придерживался один из основателей этого вида деятельности Сэм Блэк?
  - А) компромиссный;
  - Б) прагматический;
  - В) альтруистический;
  - Г) коммуникационный.
4. Что является целью паблик рилейшнз?
  - А) контроль общественного мнения;
  - Б) оптимизация информационных воздействий между субъектом и его целевыми группами;
  - В) создание информационных поводов;
  - Г) гармонизация взаимоотношений социального субъекта с его общественностью.
5. Что является объектом связей с общественностью?
  - А) общественное мнение;
  - Б) социальные общности, организации и институты;
  - В) информация;
  - Г) социальные технологии.
6. Public affairs – это:
  - А) работа по связям с государственными учреждениями и общественными организациями;
  - Б) управление корпоративным имиджем;
  - В) управление процессом адекватного восприятия аудиторией сообщения;
  - Г) построение отношений со СМИ.
7. В чем заключается сущностная основа различий управления в бизнесе и государственном секторе?
  - А) в процессе принятия решений;
  - Б) в содержании коммуникационной среды;
  - В) в оценке эффективности управления;
  - Г) в ресурсах.
8. Наиболее эффективный статус ПР-службы в административной системе:
  - А) вспомогательная служба администрации;
  - Б) главенствующая служба администрации;
  - В) равноправный участник принятия и реализации управленческих решений;
  - Г) техническая служба администрации.
9. Закончите фразу: «Самой эффективной является такая власть, которая получает...»
  - А) наибольшую величину налогов и сборов;
  - Б) свободное одобрение свободного человека;
  - В) поддержку среднего класса;
  - Г) наибольшее количество материалов в СМИ.
- 10) Что из перечисленного является характерным для государственных ПР?
  - А) внешний характер ответственности;

- Б) предпринимательский успех;
- В) равноправное партнерство;
- Г) внутренний характер ответственности.

11. При каком американском президенте была создана первая служба коммуникации в Белом Доме?

- А) Томас Джефферсон;
- Б) Ричард Никсон;
- В) Джеральд Форд;
- Г) Билл Клинтон.

12. Главным принципом какой модели функционирования СМИ является тезис о том, что деятельность СМИ не должна приводить к подрыву существующей власти?

- А) советская модель;
- Б) либертианская модель;
- В) модель развивающихся стран;
- Г) авторитарная модель.

13. Сообщение, содержащее важную новость для целевых групп общественности – это...?

- А) ньюз-релиз;
- Б) пресс-релиз;
- В) пресс-кит;
- Г) факт-лист.

14. Что характерно для кризиса СМИ?

- А) независимость СМИ;
- Б) рост доверия населения к СМИ;
- В) общий рост тиражей прессы;
- Г) возрастает количество «заказных» статей и скрытой рекламы.

15. Через какую функцию реализуется особый властный ресурс СМИ?

- А) коммуникативную;
- Б) идеологическую;
- В) рекреативную;
- Г) контрольную и регулятивную.

16. Какой федеральный закон гарантирует каждому свободу слова и мысли?

- А) ФЗ «О средствах массовой информации»;
- Б) Конституция РФ;
- В) ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- Г) Концепция государственной информационной политики.

17. Рассказ потребителя, дающий положительную оценку товару или организации – это...?

- А) реклама;
- Б) пресс-кит;
- В) кейс-история;
- Г) промоушн.

18. В чем состоит социальная основа общественного мнения согласно видению Г.

Тарда?

- А) в возможности выработать единственно правильное мнение;
- Б) в долгосрочности общения по проблеме;
- В) в развитии общественности;
- Г) в возможности влиять на проблемную ситуацию.

19. Какие факторы способствуют превращению латентной общественной группы в активную коммуникационную группу?

- А) признание наличия конкретной проблемы;
- Б) признание наличия ограничений;
- В) осознание индивидами своей причастности к ситуации;

- Г) все вышеперечисленное.
20. Что из нижеперечисленного отражает суть общественного мнения как особого социального института?
- А) возможность гласного высказывания по значимым проблемам социальной жизни;
  - Б) возможность общения;
  - В) возможность узнавать мнения других людей по общей проблеме;
  - Г) возможность собираться вместе большому количеству людей.
21. Какая из функций общественного мнения является доминирующей?
- А) консультативная;
  - Б) функция социального контроля;
  - В) защитная;
  - Г) номенклатурная.
22. Что из нижеперечисленного не является характерной чертой манипуляции?
- А) воздействие осуществляется преимущественно на сознание;
  - Б) главное внимание уделяется форме и методике подачи информации;
  - В) основной метод воздействия – внушение;
  - Г) воздействие протекает незаметно для объекта манипулирования.
23. Назовите самый эффективный способ борьбы со слухами.
- А) контрслухи;
  - Б) опровержение слуха;
  - В) предупреждение ситуаций, порождающих слухи;
  - Г) избегать ссылок на слухи при распространении правдивой информации.
24. В каком году был принят «Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих РФ и муниципальных служащих»?
- А) 2000;
  - Б) 2005;

## 7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

### а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
<b>ОПК – 4 – способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.</b>		
Знать	<p>– основные составляющие и этапы подготовки публичного выступления, главные требования к организации публичных выступлений в органах власти</p> <p>– способы и средства информационного воздействия в органах власти</p> <p>– основные принципы организации делопроизводства и документооборота в органах государственной и муниципальной власти</p>	<p><b>Теоретические вопросы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мультимедийный продукт: этапы производства.</li> <li>2. Технологии и рынки мультимедиа в современном обществе.</li> <li>3. Новейшие информационные технологии как фактор развития общества.</li> <li>4. Интернет и демократизация информационных потоков в современном обществе.</li> <li>5. Государство и онлайн-технологии: стратегии взаимодействия.</li> <li>6. Информационная безопасность и развитие новейших мультимедиа.</li> <li>7. Интернет и традиционные СМИ: особенности взаимодействия.</li> <li>8. Роль Интернет в современном телевидении.</li> <li>9. Роль Интернет в современном радиовещании.</li> <li>10. Средства массовой коммуникации как инструмент воздействия на общественное мнение.</li> <li>11. Информационные войны: сущность, специфика, механизмы возникновения.</li> <li>12. Стратегия и тактика менеджмента новостей в работе пресс-секретаря.</li> <li>13. Персонификация символа и харизма лидера (по материалам масс-медиа).</li> <li>14. Пропаганда, контрпропаганда и обратная связь в политической коммуникации.</li> <li>15. Службы по связям с общественностью в органах государственного управления и бизнес-сфере: сравнительный анализ.</li> <li>16. Новейшие коммуникационные технологии и их интеграция в деятельность современного предприятия.</li> <li>17. Эффективные практики коммуникационного менеджмента.</li> </ol>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>18. Внешнеполитический PR: особенности, технологии, тенденции.</p> <p>19. Имидж организации: формирование и продвижение.</p> <p>20. Внутренний имидж организации: особенности и способы построения.</p> <p>21. Формирование имиджа города (территории).</p> <p>22. Имидж личности: формирование и восприятие.</p> <p>23. Роль PR в повышении лояльности персонала организации.</p> <p>24. Роль PR в формировании корпоративной идентичности в современной организации.</p> <p>25. Корпоративная социальная ответственность как инструмент формирования репутации организации.</p> <p>26. PR-технологии разрешения кризисных ситуаций.</p> <p>27. Роль PR-технологий в позиционировании и продвижении способов решения социальной проблемы.</p> <p>28. Технологии создания успешного брэнда.</p> <p>29. Формирование имиджа как PR-деятельность.</p> <p>30. Личность специалиста по связям с общественностью в медиарелейшенз.</p>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– поддерживать профессиональную коммуникацию в органах власти</li> <li>– интегрировать в деятельность в органах власти положения аналитических докладов, отчетов и других информационных материалов</li> </ul>	<p>Образцы контрольных заданий:</p> <p><b>Контрольная работа № 1</b> по темам 1 – 3, 5 – 8.</p> <p>Контрольная работа № 1 по темам 7-8 «Конструирование корпоративного имиджа», «Планирование системы формальных идентификационных признаков (фирменный стиль)»</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Опишите иерархию целей и стратегий компании, ее коммуникативных и маркетинговых стратегий.</li> <li>2. На конкретном примере покажите роль PR как эффективного средства управления репутацией (имиджем) компании.</li> <li>3. Что представляют собой целевые аудитории коммуникации компании.</li> <li>4. Какова роль корпоративной философии в формировании культуры органа государственной власти/организации культурной среды (на выбор). Рассмотрите на конкретном примере роль PR в формировании культуры организации.</li> </ol>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>5. Роль PR в достижении эффективности внутренних коммуникаций. Как соотносятся имидж фирмы и внутренние корпоративные отношения.</p> <p>6. Базовые ценности и «символы» какой российской корпорации Вам известны.</p> <p>7. Какие средства PR вы считаете уместными использовать в отношениях с персоналом фирмы? С местными властями? С конкурентами? С деловым сообществом?</p>
Владеть	<p>– навыками сбора, обработки информации и документационном обеспечении государственных органов власти, органов власти субъектов РФ, органов МСУ и организаций пакетом офисных программ для работы с деловой информацией и основами сетевых технологий</p> <p>– методами организации эффективных деловых коммуникаций в органах власти</p>	<p>Образцы контрольных заданий:  <b>Контрольная работа № 2</b> «Технологии производства информационных материалов взаимодействия со СМИ и использования Интернета в ходе проведения PR-кампаний»</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Охарактеризуйте прямые и косвенные методы управления информацией.</li> <li>2. Какие способы и приемы инициирования собственной интерпретации фактов и событий вы знаете. Что такое «версия»?</li> <li>3. Что представляет собой медиа-карта и для чего она составляется?</li> <li>4. Какие задачи решает сегментация СМИ?</li> <li>5. Что представляют собой основные правила общения с редакциями и журналистами?</li> <li>6. Что предполагает создание «потока новостей» и «информационных поводов»? Кто такой «нюсмейкер»?</li> <li>7. Охарактеризуйте известные вам издания, освещающие события на потребительском рынке, подчеркните их тематические особенности и предпочтения в получении и использовании информации.</li> <li>8. В чем состоит задача подготовки материалов для СМИ?</li> </ol>
<p><b>ПК-23 - владением навыками планирования и организации деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций.</b></p>		
Знать	– принципы построения социально-экономических организаций	<p><b>Теоретические вопросы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Использование коммуникативных возможностей телевидения в PR-</li> </ol>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	<p>использованием современных информационных технологий – технологию и приемы работы с экономической и правовой документацией, правила ведения делопроизводства органов государственной власти РФ, органов государственной власти субъектов РФ, органов МСУ, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций</p>	<p>деятельности.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Роль и значение корпоративной культуры в развитии организации.</li> <li>3. Особенности формирования корпоративной культуры в организации.</li> <li>4. PR в управлении проектами.</li> <li>5. Работа пресс-службы в организациях (на примере любой организации).</li> <li>6. Формирование имиджа высших учебных заведений (на примере любого учебного заведения).</li> <li>7. Использование PR-технологий в антикризисном менеджменте.</li> <li>8. Работа организации со СМИ.</li> <li>9. Пресс-служба в системе связей с общественностью.</li> <li>10. Инструменты продвижения веб-сайта организации.</li> <li>11. Спонсорство как ведение PR-деятельности крупной корпорации.</li> <li>12. СМИ и их роль в имидже организации.</li> <li>13. Информационные технологии в разрешении кризисных ситуации.</li> <li>14. Связи с общественностью как метод кризисного управления.</li> <li>15. Анализ современной практики работы со СМИ в государственных (муниципальных) органах.</li> <li>16. Этики и профессиональной ответственности в СО.</li> <li>17. Выставки как специальные мероприятия в СО.</li> <li>18. Критерии успешности PR-кампании. Наиболее успешные PR-кампании в г.Москве.</li> <li>19. Менеджер по СО. Личностные качества и профессиональная подготовка.</li> <li>20. Мифологизация как средство создания положительного имиджа организации.</li> <li>21. Особенности возникновения и развития PR как сферы деятельности и бизнеса в России.</li> <li>22. Политический консалтинг как сфера деятельности и PR-специалиста.</li> <li>23. Современная практика проведения презентаций.</li> <li>24. Современная практика проведения пресс-конференций.</li> </ol>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>25. Современные критерии оценки результатов PR-деятельности.</p> <p>26. Роль спонсорство и благотворительности в деятельности связей с общественностью.</p> <p>27. Телекоммуникационные и компьютерные технологии в СО.</p> <p>28. Участие в работе выставки как составляющая работы фирмы по СО (на примере любой фирмы).</p> <p>29. PR-деятельность в учреждениях культуры и искусства: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития.</p> <p>30. PR-деятельность в спортивных учреждениях: состояние, проблемы и перспективы-вы развития (на примере конкретной организации).</p>
Уметь	– эффективно применять методы целеполагания, взаимодействовать со специалистами различного уровня по вопросам обеспечения служебной деятельности	<p>Формирование многосторонней электронной политической коммуникации</p> <p>План:</p> <p>1. История создания политического PR.</p> <p>2. Политический PR как форма коммуникационного политического пространства современности.</p> <p>3. Использование технологий PR ведущими политиками Европы и России в своей профессиональной деятельности.</p> <p>4. «Электронная демократия» и «электронное правительство»: особенности развития в России.</p> <p>5. «Электронные выборы»: достоинства и недостатки.</p> <p>Доклады:</p> <p>1. История развития политического PR в России.</p> <p>2. Коммуникация электората и кандидата через сайт: достоинства и недостатки.</p> <p>3. История создания и развития политического PR в США.</p>
Владеть	специальными программными средствами для эффективной организации деятельности органов государственной власти РФ, органов государственной власти субъектов РФ, органов МСУ, государственных и муниципальных	<p>Образцы контрольных заданий:</p> <p><b>Контрольная работа № 2</b> «Технологии производства информационных материалов взаимодействия со СМИ и использования Интернета в ходе проведения PR-кампаний»</p> <p>1. Что представляет собой создание «новостей»? Приведите примеры различных новостных составляющих одного события.</p>



Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	<p>предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций</p>	<p>2. Охарактеризуйте жанровые особенности PR –материалов для различных СМИ: репортажи и интервью, заметки и отчеты; комментарии и очерки, другие жанры.</p> <p>3. Какова специфика аудиовизуальных средств в PR –кампании? В чем специфика подготовки материалов для видео-нюс-релизов?</p> <p>4. В чем состоят риски участие в популярных передачах?</p> <p>5. Какова роль фотоиллюстрации в PR?</p> <p>6. Сделайте подборку жанровых фотографий из деловых газет и журналов. Проанализируйте яркий пример.</p> <p>7. Интернет и PR. Что изменилось за последние 10 лет?</p> <p>8. Найдите в Интернете страничку известной фирмы или государственного учреждения, проанализируйте ее содержание и направленность.</p> <p>9. Каковы основные задачи мониторинг публикаций в прессе?</p> <p>10. В чем состоит основная подготовка пресс-конференции?</p> <p>11. Опишите правила и порядок проведения пресс— конференции?</p> <p>12. Зачем осуществляется пресс-клиппинг?</p> <p>13. В каких случаях целесообразно осуществлять конференции и презентации с участием журналистов?</p> <p>14. Какие главные задачи организации пресс-туров?</p> <p>15. Составьте следующие материалы для распространения в прессе от лица своей фирмы: пресс-релиз анонс; новостной пресс-релиз; бэкграундер; заявление; медиа-кит.</p> <p>16. Определите жанры материалов, опубликованных в одном из деловых изданий: занимательная статья; именная или авторская статья; обзорная статья; интервью.</p> <p>17. В каких случаях распространение слухов может служить эффективным средством распространения информации?</p>

## **б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:**

Итоговая аттестация по курсу – зачет с оценкой.

При выставлении оценки «зачтено» экзаменатор учитывает:

- знание фактического материала по программе, в том числе; знание обязательной литературы, современных публикаций по программе курса, а также истории науки;
- степень активности студента на семинарских занятиях;
- логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике;
- наличие пропусков семинарских и лекционных занятий по неуважительным причинам.

Критерии оценки (в соответствии с формируемыми компетенциями и планируемыми результатами обучения):

– на оценку «отлично» – студент должен показать высокий уровень знаний не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;

– на оценку «хорошо» – студент должен показать знания не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам;

– на оценку «удовлетворительно» – студент должен показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, интеллектуальные навыки решения простых задач;

– на оценку «неудовлетворительно» – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

### **Примерный перечень вопросов к зачету с оценкой**

1. История становления и развития PR. Формирование российского PR-рынка.
2. Подходы к определению понятия «PR».
3. Цель и функции и основные понятия связей с общественностью.
4. PR. и смежные сферы деятельности: реклама, маркетинг, пропаганда, продвижение, публичности.
5. Основные особенности связей с общественностью в политике и государственном управлении.
6. Роль и функции PR в государственной системе.
7. PR-деятельность в системе органов государственной власти РФ
8. Специфика субъектного уровня PR-деятельности.
9. Служба связей с общественностью в органах местного самоуправления.
10. Перспективы и сложности на пути развития PR.-подразделений в органах власти.
11. Связи с общественностью в государственных организациях и местных органах власти: западный опыт.
12. Роль и функции средств массовой информации в системе общественных отношений.
13. Организация взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления со СМИ. Модели взаимодействия СМИ с органами власти.
14. Ключевые направления взаимоотношений со СМИ. Подготовка пресс-материалов.

15. Ключевые направления взаимоотношений со СМИ. Организация мероприятий для журналистов.
16. Правовые условия деятельности СМИ в современной России. Основные положения Государственной информационной политики.
17. Общественное мнение как институт управления. Общественность и общественное мнение.
18. Признаки общественного мнения. Структура и функции общественного мнения.
19. Этапы формирования и функционирования общественного мнения.
20. Приемы манипулирования общественным мнением. Азбука пропаганды.
21. Слухи в структуре общественного сознания.
22. Имидж: определение, значение, классификация, модели.
23. Фирменный стиль как основное средство формирования имиджа.
24. Технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы.
25. Привлекательный образ страны как условие успеха на международной арене.
26. Имидж региона как фактор укрепления конкурентоспособности.
27. Бренд города как ресурс его развития.
28. Основные понятия и категории политического маркетинга.
29. Комплекс коммуникаций политического маркетинга.
30. Особенности избирательной кампании. Стратегии ориентации предвыборных кампаний.
31. Электорат как аудитория паблик рилейшнз.
32. СМИ как фактор, формирующий политический выбор.
33. Управление процессом организации специального мероприятия.
34. Церемонии открытия, дни открытых дверей и приемы в системе связей с общественностью.
35. Выставочная деятельность как инструмент связей с общественностью.
36. Организация и проведение «круглых столов» .
37. Общие вопросы этики паблик рилейшнз . Основные положения Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.
38. Профессионализм и социальная ответственность пиармена.
39. Этапы управления процессом ПР.
40. Основные принципы и показатели оценки эффективности PR.-деятельности.

## **8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) Основная литература**

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-454152#page/1>
2. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-455586#page/1>
3. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04540-

6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-450085#page/1>

**б) Дополнительная литература**

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-praktikum-455249#page/1>

2. Gr и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02436-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/gr-i-lobbizm-teoriya-i-tehnologii-450420#page/1>

3. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/sovremennaya-press-sluzhba-447084#page/1>

**в) Методические указания**

*представлены в приложении 1.*

**г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

**Программное обеспечение**

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7	Д-1227 от 08.10.2018 Д-757-17 от 27.06.2017	11.10.2021 27.07.2018
MS Office 2007	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Стандартный	Д-300-18 от 21.03.2018 Д-1347-17 от 20.12.2017	28.01.2020 21.03.2018
7 Zip	свободно распространяемое	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое ПО	бессрочно

**Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Название курса	Ссылка
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	<a href="https://dlib.eastview.com/">https://dlib.eastview.com/</a>
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: <a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: <a href="https://scholar.google.ru/">https://scholar.google.ru/</a>
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
Российская Государственная библиотека. Каталоги	<a href="https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/">https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/</a>
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	<a href="http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp">http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp</a>

Федеральный образовательный портал – Экономика. Социология. Менеджмент	<a href="http://ecsocman.hse.ru/">http://ecsocman.hse.ru/</a>
Международная наукометрическая реферативная и полнотекстовая база данных научных изданий «Web of science»	<a href="http://webofscience.com">http://webofscience.com</a>
Международная реферативная и полнотекстовая справочная база данных научных изданий «Scopus»	<a href="http://scopus.com">http://scopus.com</a>

## 9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Тип и название аудитории	Оснащение аудитории
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.
Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации. Комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.
Помещения для самостоятельной работы: обучающихся	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

## Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

**Конспект лекции.** Смысл присутствия студента на лекции заключается во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.

- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.

- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и записать часть информации. По окончании занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.

- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помещать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.

- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то придумайте собственные сокращения.

- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.

- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

**Подготовка к семинарским занятиям.** Семинар – один из основных видов практических занятий по гуманитарным дисциплинам. Он предназначен для углубленного изучения отдельных тем и курсов. По форме проведения семинары обычно представляют собой решение задач, обсуждение докладов, беседу по плану или дискуссию по проблеме.

Подготовка к занятиям заключается, прежде всего, в освоении того теоретического материала, который выносится на обсуждение. Для этого необходимо в первую очередь перечитать конспект лекции или разделы учебника, в которых присутствует установочная информация. Изучение рекомендованной литературы необходимо сделать максимально творчески – не просто укладывая в память новые сведения, а осмысливая и анализируя материал. Закрепить свои знания можно с помощью записей, выписок или тезисного конспекта.

Если семинар представлен докладами, то основная ответственность за его проведение лежит на докладчиках. Как сделать это успешно смотрите в разделе «Доклад». Однако роль остальных участников семинара не должна быть пассивной. Студенты, прослушав доклад, записывают кратко главное его содержание и задают выступающему уточняющие вопросы. Чем более основательной была домашняя подготовка по теме, тем активнее происходит обсуждение проблемных вопросов. На семинаре всячески поощряется творческая, самостоятельная мысль, дается возможность высказать критические замечания.

Беседа по плану представляет собой заранее подготовленное совместное обсуждение вопросов темы каждым из участников. Эта форма потребует от студентов не только хорошей самостоятельной проработки теоретического материала, но и умение участвовать в коллективной дискуссии: кратко, четко и ясно формулировать и излагать свою точку зрения перед сокурсниками, отстаивать позицию в научном споре, присоединяться к чужому мнению или оппонировать другим участникам.

**Реферат** – самый простой и наименее самостоятельный вид письменной работы. Суть его состоит в кратком изложении содержащихся в научной литературе взглядов и идей по заданной теме. Реферат не требует оригинальности и новизны. В нем оценивается умение студента работать с книгой: выделять и формулировать проблему, отбирать основные тезисы и вспомогательные данные, логически выстраивать материал, грамотно оформлять научный текст.

Студентам предлагается два вида рефератных работ:

Реферирование научной литературы представляет собой сокращенное изложение содержания статьи или книги с основными сведениями и выводами. Такие рефераты актуальны тогда, когда в юридических источниках появляется новый теоретический или практический материал по изучаемой теме. От студента требуется, внимательно ознакомившись с первоисточником, максимально точно и полно передать его содержание. Для этого целесообразно выбрать форму последовательного изложения прочитанной книги, не меняя ее общий план и структуру (главы, разделы, параграфы). Необходимо сохранить логику повествования и позаботиться о связности текста. Авторские, оригинальные и новаторские мысли и идеи лучше передавать не своими словами, а с помощью цитирования. Объем реферата будет определяться содержанием источника, а также его научной и практической ценностью. Но в любом случае предпочтение отдается краткости и лаконичности, умению отбирать главное и освобождаться от второстепенного.

Реферат по теме представляет обзор научных взглядов и концепций по проблемному вопросу в изучаемой теме.

- Если вам предложена тема такого реферата на выбор, то предпочтение следует отдать той, которая для вас интересна или знакома. Она не должна быть очень сложной и объемной, в противном случае реферат будет напоминать курсовую работу.

- Для подготовки реферата студенту необходимо самому или с участием преподавателя подобрать источники информации. Следует позаботиться, чтобы в вашем списке оказались не случайные, а ценные в информационном плане книги. Можно

выполнить работу, обратившись и к одному источнику – пособию, монографии, исследованию. Но лучше, если вы обратитесь к двум-трем научным трудам – это позволит представить проблему с нескольких точек зрения и высказать личные предпочтения.

- Одним из главных критериев оценки реферата будет соответствие его содержания заявленной теме. Для этого бегло ознакомившись с первоисточниками составьте предварительный план будущего реферата, обозначив в нем принципиально важные моменты и этапы освещения проблемы. После того, как у вас появятся рабочие записи по результатам изучения научной литературы и обширная информация по теме в целом, можно будет скорректировать общий план реферата. Старайтесь при работе над ним тщательно избавляться от «излишеств»: всякого рода абстрактных рассуждений, чрезмерных подробностей и многочисленных примеров, которые «размывают» тему или уводят от неё.

Структура реферата включает в себя введение, основную часть и заключение. Во введении формулируются цели и задачи работы, ее актуальность. Основная часть представляет собой последовательное и аргументированное изложение различных точек зрения на проблему, ее анализ, предполагаемые пути решения. Заключение обобщает основные мысли или обосновывает перспективы дальнейшего исследования темы. Если реферат достаточно объемный, то потребуются разделение текста на разделы (главы, параграфы). Иллюстративный материал – таблицы, схемы, графики – могут располагаться как внутри основной части, так и в разделе «Приложение».

Объем реферата зависит от целей и задач, решаемых в работе – от 5 до 20 страниц машинописного текста через два интервала. Если в задании, выданном преподавателем объем не оговаривается, то следует исходить из разумной целесообразности.

В реферате в обязательном порядке размещаются титульный лист, план или оглавление работы, а также список используемой литературы.

Обычно реферат может зачитывается как письменная работа, но некоторые преподаватели практикуют публичную защиту рефератов или их «озвучивание» на семинарских занятиях. В этом случае необходимо приложить дополнительные усилия для подготовки публичного выступления по материалам рефератной работы.

**Доклад** представляет собой устную форму сообщения информации. Он используется в вузе на семинарских занятиях и на научных студенческих конференциях.

Подготовка доклада осуществляется в два этапа: написание письменного текста на заданную тему и подготовка устного выступления перед аудиторией слушателей с освещением этой темы. Письменный доклад оформляется как реферат.

При работе над докладом следует учесть некоторые специфические особенности:

- Объем доклада должен согласовываться со временем, отведенным для выступления.

- При выборе темы нужно учитывать не только собственные интересы, но и интересы потенциальных слушателей. Ваше сообщение необходимо согласовывать с уровнем знаний и потребностей публики.

- Подготовленный текст доклада должен хорошо восприниматься на слух. Даже если отобранный вами материал сложен и неоднозначен, говорить желательно просто и ясно, не перегружая речь наукообразными оборотами и специфическими терминами.

Следует отметить, что иногда преподаватель не требует от студентов письменного варианта доклада и оценивает их работу исключительно по устному выступлению. Но значительно чаще письменный доклад проверяется и его качество также оценивается в баллах. Вне зависимости от того, нужно или не нужно будет сдавать на проверку текст будущего выступления, советуем не отказываться от письменной записи доклада. Это поможет избежать многих ошибок, которые случаются во время устной импровизации: отклонение от темы, нарушения логической последовательности, небрежное обращение с цитатами, злоупотребление деталями и т.д. Если вы хорошо владеете навыками свободной речи и обладаете высокой культурой мышления, то замените письменный доклад составлением тезисного плана. С его помощью зафиксируйте основные мысли и идеи,



выстройте логику повествования, отберите яркие и точные примеры, сформулируйте выводы.

При подготовке к устному выступлению возьмите на вооружение некоторые советы:

- Лучший вариант выступления перед аудиторией – это свободная речь, не осложненная чтением текста. Но если у вас не выработано умение общаться с публикой без бумажки, то не пытайтесь сделать это сразу, без подготовки. Осваивать этот опыт нужно постепенно, от доклада к докладу увеличивая объем речи без заглядывания в текст.

- Если вы намерены считать доклад с заготовленных письменных записей, то постарайтесь, чтобы чтение было «художественным»: обозначайте паузой логические переходы от части к части, выделяйте интонационно особо важные мысли и аргументы, варьируйте темп речи.

- Читая доклад, не торопитесь, делайте это как можно спокойнее. Помните, что скорость произношения текста перед слушателями всегда должна быть более медленной, чем скорость вашей повседневной речи.

- Сверьте письменный текст с хронометром, для этого прочитайте его несколько раз с секундомером в руках. В случае, если доклад окажется слишком длинным или коротким, проведите его реконструкцию. Однако вместе с сокращениями или дополнениями не «потеряйте» тему. Не поддавайтесь искушению рассказать все, что знаете – полно и подробно.

- Обратите внимание на тембр и силу вашего голоса. Очень важно, чтобы вас было слышно в самых отдаленных частях аудитории, и при этом вы не «глушили» вблизи вас находящихся слушателей. Варьируйте тембр речи, он придаст ей выразительность и поможет избежать монотонности.

- Следите за своими жестами. Чрезмерная жестикуляция отвлекает от содержания доклада, а полное ее отсутствие снижает действенную силу выступления. Постарайтесь избавиться от жестов, демонстрирующих ваше волнение (когда крутятся ручки, теребятся пуговицы, заламываются пальцы). Используйте жесты – выразительные, описательные, подражательные, указующие – для полноты передачи ваших мыслей.

- Установите зрительный контакт с аудиторией. Не стоит все время смотреть в окно, опускать глаза или сосредотачиваться на тексте. Старайтесь зрительно общаться со всеми слушателями, переводя взгляд от одних к другим. Не обращайтесь к опоздавшим и не прерываете свой доклад замечаниями. Но вместе с тем следите за реакцией публики на ваше выступление (одобрение, усталость, интерес, скуку) и если сможете, вносите коррективы в речь с целью повышения интереса к его содержанию.

- Отвечать на вопросы в конце выступления надо кратко, четко и уверенно, без лишних подробностей и повторов. Постарайтесь предугадать возможные вопросы своих слушателей и подготовиться к ним заранее. Но если случится, что вы не знаете ответа на заданный вам вопрос, не бойтесь в этом признаться. Это значительно лучше, чем отвечать не по существу или отшучиваться.

- Проведите генеральную репетицию своего доклада перед друзьями или близкими. Это поможет заранее выявить некоторые недостатки – стилистически слабые места, труднопроизносимые слова и фразы, затянутые во времени части и т.д. Проанализируйте свою дикцию, интонации, жесты. Сделайте так, чтобы они помогали, а не мешали успешно представить публике подготовленный вами доклад.

**Презентация** – современный способ устного или письменного представления информации с использованием мультимедийных технологий.

Существует несколько вариантов презентаций.

- Презентация с выступлением докладчика
- Презентация с комментариями докладчика
- Презентация для самостоятельного просмотра, которая может демонстрироваться перед аудиторией без участия докладчика.

Подготовка презентации включает в себя несколько этапов:

### 1. Планирование презентации

От ответов на эти вопросы будет зависеть всё построение презентации:

- каково предназначение и смысл презентации (демонстрация результатов научной работы, защита дипломного проекта и т.д.);
- какую роль будет выполнять презентация в ходе выступления (сопровождение доклада или его иллюстрация);
- какова цель презентации (информирование, убеждение или анализ);
- на какое время рассчитана презентация (короткое - 5-10 минут или продолжительное - 15-20 минут);
- каков размер и состав зрительской аудитории (10-15 человек или 80-100; преподаватели, студенты или смешенная аудитория).

### 2. Структурирование информации

- в презентации не должна быть менее 10 слайдов, а общее их количество превышать 20 - 25.
- основными принципами при составлении презентации должны быть ясность, наглядность, логичность и запоминаемость;
- презентация должна иметь сценарий и четкую структуру, в которой будут отражены все причинно-следственные связи,
- работа над презентацией начинается после тщательного обдумывания и написания текста доклада, который необходимо разбить на фрагменты и обозначить связанные с каждым из них задачи и действия;
- первый шаг – это определение главной идеи, вокруг которой будет строиться презентация;
- часть информации можно перевести в два типа наглядных пособий: текстовые, которые помогут слушателям следить за ходом развертывания аргументов и графические, которые иллюстрируют главные пункты выступления и создают эмоциональные образы.
- сюжеты презентации могут разъяснять или иллюстрировать основные положения доклада в самых разнообразных вариантах.

Очень важно найти правильный баланс между речью докладчика и сопровождающими её мультимедийными элементами.

Для этого целесообразно:

- определить, что будет представлено на каждом слайде, что будет в это время говориться, как будет сделан переход к следующему слайду;
- самые важные идеи и мысли отразить и на слайдах и произнести словами, тогда как второстепенные – либо словами, либо на слайдах;
- информацию на слайдах представить в виде тезисов – они сопровождают подробное изложение мыслей выступающего, а не наоборот;
- для разъяснения положений доклада использовать разные виды слайдов: с текстом, с таблицами, с диаграммами;
- любая презентация должна иметь собственную драматургию, в которой есть:

«завязка» - пробуждение интереса аудитории к теме сообщения (яркий наглядный пример);

«развитие» - демонстрация основной информации в логической последовательности (чередование текстовых и графических слайдов);

«кульминация» - представление самого главного, нового, неожиданного (эмоциональный речевой или иллюстративный образ);

«развязка» - формулирование выводов или практических рекомендаций (видеоряд).

### 3. Оформление презентации

Оформление презентации включает в себя следующую обязательную информацию:

Титульный лист

- представляет тему доклада и имя автора (или авторов);
- на защите курсовой или дипломной работы указывает фамилию и инициалы научного руководителя или организации;
- на конференциях обозначает дату и название конференции.

План выступления

- формулирует основное содержание доклада (3-4 пункта);
- фиксирует порядок изложения информации;

Содержание презентации

- включает текстовую и графическую информацию;
- иллюстрирует основные пункты сообщения;
- может представлять самостоятельный вариант доклада;

Завершение

- обобщает, подводит итоги, суммирует информацию;
- может включать список литературы к докладу;
- содержит слова благодарности аудитории.

### 4. Дизайн презентации

Текстовое оформление

- Не стоит заполнять слайд слишком большим объемом информации - лучше всего запоминаются не более 3-х фактов, выводов, определений.
- Оптимальное число строк на слайде – 6 -11.
- Короткие фразы запоминаются визуально лучше. Пункты перечней не должны превышать двух строк на фразу.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде
- Если текст состоит из нескольких абзацев, то необходимо установить красную строку и интервал между абзацами.
- Ключевые слова в информационном блоке выделяются цветом, шрифтом или композиционно.
- Информацию предпочтительнее располагать горизонтально, наиболее важную - в центре экрана.
- Не следует злоупотреблять большим количеством предлогов, наречий, прилагательных, вводных слов.
- Цифровые материалы лучше представить в виде графиков и диаграмм – таблицы с цифровыми данными на слайде воспринимаются плохо.
- Необходимо обратить внимание на грамотность написания текста. Ошибки во весь экран производят неприятное впечатление

Шрифтовое оформление

- Шрифты без засечек (Arial, Tahoma, Verdana) читаются легче, чем гротески. Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством размера шрифта, его толщины, начертания, формы, направления и цвета;
- Для заголовка годится размер шрифта 24-54 пункта, а для текста - 18-36 пунктов.
- Курсив, подчеркивание, жирный шрифт используются ограниченно, только для смыслового выделения фрагментов текста.
- Для основного текста не рекомендуются прописные буквы.

### Цветовое оформление

- На одном слайде не используется более трех цветов: фон, заголовок, текст.
- Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать – текст должен хорошо читаться, но не резать глаза.
- Для фона предпочтительнее холодные тона.
- Существуют не сочетаемые комбинации цветов. Об этом можно узнать в специальной литературе.
- Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст. Белый на черном читается плохо.
- Если презентация большая, то есть смысл разделить её на части с помощью цвета – разный цвет способен создавать разный эмоциональный настрой.
- Нельзя выбирать фон, который содержит активный рисунок.

### Композиционное оформление

- Следует соблюдать единый стиль оформления. Он может включать определенный шрифт (гарнитура и цвет), фон цвета или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и т.д.
- Не приемлемы стили, которые будут отвлекать от презентации.
- Крупные объекты в композиции смотрятся неважно.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должна преобладать над основной (текстом и иллюстрацией).
- Для серьезной презентации отбираются шаблоны, выполненные в деловом стиле.

### Анимационное оформление

- Основная роль анимации – дозирования информации. Аудитория, как правило, лучше воспринимает информацию порциями, небольшими зрительными фрагментами.
- Анимация используется для привлечения внимания или демонстрации развития какого-либо процесса
- Не стоит злоупотреблять анимационными эффектами, которые отвлекают от содержания или утомляют глаза читающего.
- Особенно нежелательно частое использование таких анимационных эффектов как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста.

### Звуковое оформление

- Музыкальное сопровождение призвано отразить суть или подчеркнуть особенности темы слайда или всей презентации, создать определенный эмоциональный настрой.
- Музыка целесообразно включать тогда, когда презентация идет без словесного сопровождения.
- Звуковое сопровождение используется только по необходимости, поскольку даже фоновая тихая музыка создает излишний шум и мешает восприятию содержания.
- Необходимо выбрать оптимальную громкость, чтобы звук был слышан всем слушателем, но не был оглушительным.

### Графическое оформление

- Рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать её в более наглядном виде.
- Нельзя представлять рисунки и фото плохого качества или с искаженными пропорциями.
- Желательно, чтобы изображение было не столько фоном, сколько иллюстрацией, равной по смыслу самому тексту, чтобы помочь по-новому понять и раскрыть его.

- Следует избегать некорректных иллюстраций, которые неправильно или двусмысленно отражают смысл информации.

- Необходимо позаботиться о равномерном и рациональном использовании пространства на слайде: если текст первичен, то текстовый фрагмент размещается в левом верхнем углу, а графический рисунок внизу справа и наоборот.

- Иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом. Подписи к картинкам лучше выполнять сбоку или снизу, если это только не название самого слайда.

- Если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

#### Таблицы и схемы

- Не стоит вставлять в презентацию большие таблицы – они трудны для восприятия. Лучше заменить их графиками, построенными на основе этих таблиц.

- Если все же таблицу показать надо, то следует оставить как можно меньше строк и столбцов, отобрав и разместив только самые важные данные.

- При использовании схем на слайдах необходимо выровнять ряды блоков схемы, расстояние между блоками, добавить соединительные линии при помощи инструментов Автофигур,

- При создании схем нужно учитывать связь между составными частями схемы: если они равнозначны, то заполняются одним шрифтом, фоном и текстом, если есть первостепенная информация, то она выделяется особым способом с помощью организационных диаграмм.

#### Аудио и видео оформление

- Видео, кино и теле материалы могут быть использованы полностью или фрагментарно в зависимости от целей, которые преследуются.

- Продолжительность фильма не должна превышать 15-25 минут, а фрагмента – 4-6 минут.

- Нельзя использовать два фильма на одном мероприятии, но показать фрагменты из двух фильмов вполне возможно.

**Подготовка к зачёту / экзамену.** Готовиться к зачёту / экзамену нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.

- Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.

- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала.

Непосредственно при подготовке:

- Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.

- Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на зачет.

- Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего

- Разделите вопросы для зачёта / экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.

- Правильно используйте консультации, которые проводит преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете

получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информации по содержанию всего курса.

### *Методические указания по выполнению комплексной исследовательской работы*

Общие требования к написанию и оформлению комплексной исследовательской работы

Письменная работа выполняется на стандартных листах бумаги формата А-4 в печатном варианте, либо в рукописном виде (в порядке исключения). Текст работы набирается через 1,5 межстрочных интервала, шрифт – 14. На странице не должно быть менее 27-29 строк, включая сноски. Поля страниц устанавливаются: левое – 30 мм, правое – 10мм, верхнее и нижнее – 20мм. Выравнивание по ширине.

Объем и структура письменной работы устанавливается отдельными методическими рекомендациями по дисциплине.

Страницы должны быть пронумерованы сверху в середине страницы. Нумерация начинается со 2 листа «Содержание». Все остальные страницы нумеруются сквозной нумерацией до последней страницы, включая приложения.

Прежде чем приступить к написанию работы, студенту необходимо подобрать соответствующую литературу, первоисточники. Обязательно изучить современные источники, « не старше» 5 лет.

### **Перечень тем комплексной работы**

1. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ.
2. Защита информации в управлении связями с общественностью
3. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти
4. SWOT-анализ условий PR - деятельности органа государственной власти региона
5. Технологии организации специальных мероприятий (на примере конкретного мероприятия)
6. Возможности и ограничения Интернет-ресурс для PR-деятельности органов власти
7. Формирование имиджа политического лидера (на примере по выбору студента)
8. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората (на конкретных примерах)
9. Основные технологии формирования политических предпочтений избирателя
10. Информационная политика государственных органов власти
11. Системное программирование деятельности PR в органах государственной власти
12. Связи с общественностью в политической сфере
13. Связи с общественностью в органах региональной законодательной власти (на конкретном примере)
14. Связи с общественностью в органах региональной исполнительной власти (на конкретном примере)
15. Специфика работы специалиста по связям с общественностью в органах государственной и муниципальной власти.