

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет  
им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)

**ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА, ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ  
ГОСТЕПРИИМСТВА**

**СОГЛАСОВАНО**

Руководитель образовательной  
программы Т.А. Налчадж Т.А. Налчадж

«30» мел 2023 г.

**УТВЕРЖДАЮ**



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Связи с общественностью в органах власти»**

Направление подготовки  
38.03.04 – ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ  
(код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки  
«Государственная и муниципальная служба»

Квалификация (степень) выпускника  
Бакалавр

Форма обучения  
очная  
заочная

Нальчик 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) Связи с общественностью в органах власти /составитель Налчаджи Т.А. – Нальчик: КБГУ, 2023 г., 31 стр

Рабочая программа дисциплины (модуля) предназначена для студентов *очной, очно-заочной, заочной* форм обучения по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, направленность (профиль) «Государственная и муниципальная служба».

Рабочая программа составлена с учетом федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденного приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1016 (Зарегистрировано в Минюсте России 27.08.2020 г. № 59497).

## Содержание

<b>1 Цели и задачи освоения дисциплины (модуля):</b> .....	4
<b>2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО</b> .....	4
<b>3 Требования к результатам освоения дисциплины</b> .....	4
<b>4.Содержание и структура дисциплины (модуля)</b> .....	5
<b>5. Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости</b> .....	8
<b>6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:</b> .....	21
<b>7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)</b> .....	22
<b>8.Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)</b> .....	26

## **1 Цели и задачи освоения дисциплины (модуля):**

Целью освоения учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» является ознакомление студентов с основными подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления, овладение теоретическими и аналитическими знаниями, необходимыми для осмысления современных методов и технологий управления связями с общественностью со стороны органов власти.

### **Задачи изучения дисциплины**

- усвоить теоретические основы управления общественными отношениями;
- получить комплексное представление о целях, формах и конкретных технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, общественными институтами, бизнесом;
- выработка навыков подготовки и принятия решений, относящихся к управлению связями с общественностью, и адекватного использования стандартных PR-приемов и механизмов по различным аспектам функционирования органов государственной власти и местного самоуправления.

## **2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» является дисциплиной обязательной части цикла дисциплин ОП по подготовке бакалавров в государственном и муниципальном управлении. Изучение дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» базируется на знаниях, полученных в ходе изучения дисциплины «Деловые коммуникации» и др.

## **3 Требования к результатам освоения дисциплины**

Элементы общепрофессиональных компетенций (ОПК), формируемые данной дисциплиной:

ОПК-7.2.Способен обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

**В результате изучения дисциплины студент должен:**

### **Знать:**

- принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;
- способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения.

### **Уметь**

- анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;
- собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство;

### **Владеть:**

- практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью;
- технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;
- навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей;
- навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.

#### 4.Содержание и структура дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1.	Тема 1. Сущность и эволюция связей с общественностью в органах власти.	Значение и место связей с общественностью во властных структурах. Цели, задачи и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти. Становление и развитие связей с общественностью в России и за рубежом.	ОПК-7.2	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
2.	Тема 2. Организация работы со средствами массовой информации.	Информационная политика государства. Задачи обеспечения информационной политики госструктур. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ. Информационные войны. Противодействие негативной информации СМИ.	ОПК-7.2	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
3.	Тема 3. Особенности работы с интернет-коммуникациями.	Роль интернет-коммуникаций в системе общественных связей на современном этапе. Использование интернет-коммуникаций в PR-деятельности властных структур. Организация и ведение официального сайта. Работа с блогами. Работа с социальными сетями.	ОПК-7.2	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
4.	Тема 4. Внешне корпоративная деятельность связей с общественностью в органах власти.	Понятие и группы общественности. Работа с целевыми аудиториями общественности. Общественное мнение: понятие, исследование, учёт, формирование. Работа с внешними организациями. Организация и проведение специальных PR-мероприятий.	ОПК-7.2	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации.
5.	Тема 5. Внутрикorporативная деятельность связей с общественностью в органах власти.	Понятие и основные категории корпоративной культуры. Типичные внутрикorporативные мероприятия и их характеристика. Организация издания печатной продукции.	ОПК-7.2	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
6	Тема 6. Организация PR-проектов в органах власти.	Значение PR-проектов в органах власти. Специфика и особенности реализации PR-проектов в органах власти различных уровней.	ОПК-7.2	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
7	Тема 7. Особенности PR-деятельности в партиях, общественно-политических движениях и избирательных кампаниях.	Понятие, признаки и общественная роль партий и общественно-политических движений. Типология партий и общественно-политических движений. Специфика связей с общественностью в партиях и общественно-политических движениях. Задачи и процесс проведения избирательных кампаний.	ОПК-7.2	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации

8	Тема 8. Антикризисные и переговорные связи с общественностью.	Причины кризисов в деятельности органов власти. Антикризисная политика органов власти. Инструменты связей с общественностью в условиях кризиса. Значение переговоров в деятельности должностных лиц и органов власти, порядок их проведения. Общественное обеспечение проведения переговоров.	ОПК-7.2	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
9	Тема 9. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти.	Общая характеристика органов местного самоуправления. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления. Организация PR-деятельности в администрации муниципального образования.	ОПК-7.2	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
10	Тема 10. Формирование имиджа.	Понятие и значение имиджа субъектов и органов власти. Объекты имиджа во властных структурах. Составляющие имиджа. Процесс конструирования имиджа. Информационно-коммуникационное обеспечение имиджмейкинга.	ОПК-7.2	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации

#### Структура дисциплины (модуля)

Таблица 2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часа)

Вид работы	Трудоемкость, часов / зачетных единиц		
	ОФО	ОЗФО	ЗФО
<b>Общая трудоемкость (в зачетных единицах)</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Контактная работа (в часах):</b>	<b>51</b>	<b>34</b>	<b>6</b>
Лекции (Л)	34	17	2
Практические занятия (ПЗ)	17	17	4
Семинарские занятия (СЗ)			
Лабораторные работы (ЛР)			
<b>Самостоятельная работа (в часах)</b>	<b>48</b>	<b>65</b>	<b>98</b>
Расчетно-графическое задание			
Реферат (Р)	20	30	30
Эссе (Э)			
Контрольная работа (КР)			
Самостоятельное изучение разделов	28	35	68
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)			
Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	9	9	4
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>

**Таблица 3 Лекционные занятия**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины
1.	Тема 1. Сущность и эволюция связей с общественностью в органах власти.
2.	Тема 2. Организация работы со средствами массовой информации.
3	Тема 3. Особенности работы с интернет-коммуникациями.
4	Тема 4. Внешне корпоративная деятельность связей с общественностью в органах власти.
5	Тема 5. Внутрикorporативная деятельность связей с общественностью в органах власти.
6	Тема 6. Организация PR-проектов в органах власти.
7	Тема 7. Особенности PR-деятельности в партиях, общественно-политических движениях и избирательных кампаниях.
8	Тема 8. Антикризисные и переговорные связи с общественностью.
9	Тема 9. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти.
10	Тема 10. Формирование имиджа.

**Таблица 4 Практические занятия (семинары)**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины
1.	Значение и место связей с общественностью во властных структурах. Цели, задачи и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти. Становление и развитие связей с общественностью в России и за рубежом.
2.	Информационная политика государства. Задачи обеспечения информационной политики госструктур. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ. Информационные войны. Противодействие негативной информации СМИ.
3	Роль интернет-коммуникаций в системе общественных связей на современном этапе. Использование интернет-коммуникаций в PR-деятельности властных структур. Организация и ведение официального сайта. Работа с блогами. Работа с социальными сетями.
4	Понятие и группы общественности. Работа с целевыми аудиториями общественности. Общественное мнение: понятие, исследование, учёт, формирование. Работа с внешними организациями. Организация и проведение специальных PR-мероприятий.
5	Понятие и основные категории корпоративной культуры. Типичные внутрикorporативные мероприятия и их характеристика. Организация издания печатной продукции.
6	Значение PR-проектов в органах власти. Специфика и особенности реализации PR-проектов в органах власти различных уровней.
7	Понятие, признаки и общественная роль партий и общественно-политических движений. Типология партий и общественно-политических движений. Специфика связей с общественностью в партиях и общественно-политических движениях. Задачи и процесс проведения избирательных кампаний.
8	Причины кризисов в деятельности органов власти. Антикризисная политика органов власти. Инструменты связей с общественностью в условиях кризиса. Значение переговоров в деятельности должностных лиц и органов власти, порядок их проведения. Общественное обеспечение проведения переговоров.
9	Общая характеристика органов местного самоуправления. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления. Организация PR-деятельности в администрации муниципального образования.
10	Понятие и значение имиджа субъектов и органов власти. Объекты имиджа во властных структурах. Составляющие имиджа. Процесс конструирования имиджа. Информационно-коммуникационное обеспечение имиджмейкинга.

Таблица 5 Лабораторные работы (нет предусмотрены )

**Таблица 6 Самостоятельная работа**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины
1	Структура, функции и особенности работы служб по связям с общественностью
2	Профессиональные требования к PR-специалисту
3	Процесс влияния служб по связям с общественностью на общественное мнение
4	Правовые и неформальные способы регулирования деятельности в области связей с общественностью
5	Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью в органах власти.
6	Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ
7	

8	Виды внутренних коммуникаций в государственных органах
9	Менеджмент PR в критических ситуациях

## **5. Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются **текущий, рубежный контроль и промежуточная аттестация.**

### **5.1. Оценочные материалы для текущего контроля (контролируемые компетенции ОПК-7.2.)**

*Цель текущего контроля* – оценка результатов работы в семестре и обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающегося. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине

**Текущий контроль** успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» и включает: ответы на теоретические вопросы на практическом занятии, решение практических задач и выполнение заданий на практическом занятии, самостоятельное выполнение индивидуальных домашних заданий (например, решение задач) с отчетом (защитой) в установленный срок, написание докладов, рефератов, эссе, дискуссии.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателем (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания

Помимо индивидуальных оценок используются и групповые взаимооценки: рецензирование студентами работ друг друга, оппонирование студентами рефератов, экспертные оценки группами студентов, состоящими из студентов и преподавателей.

#### **5.1.1. Оценочные материалы для контрольных заданий**

Практическое задание «Источник информации»

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

1. на первое восприятие информации;
2. «весомость» сообщения;
3. доверие к сообщению;
4. длительность воздействия на аудиторию.

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

1. В.В. Путин
2. Геннадий Зюганов
3. Эдуард Лимонов
4. Владимир Жириновский.
5. Свой вариант.

**Деловая игра «Создание PR-службы»**



а) студенты распределяются по группам 2-3 человека.

б) группа выбирает вариант PR-структуры: отдел по связям с общественностью администрации, в фирме или в корпорации, небольшое частное PR-агентство, крупная PRкомпания и др.

в) описание функций и разработка оргструктуры;

г) выступление и защита своего проекта: доклад, вопросы на уточнение, дискуссия, пожелания, рекомендации;

д) подведение итогов. Оценка каждого выступления. Выбор лучшей презентации.

### **Практическое задание №1**

Ознакомьтесь с основными функциями, которые выполняют работники PR-службы. Сравните функции руководителя PR - службы, специалиста и секретаря. Что в них общего и каковы различия. Результаты представьте в виде таблицы.

### **Практическое задание №2 «Сообщение»**

Выберите одну из широко обсуждаемых в СМИ политических, деловых или международных тем. Подготовьте экспресс-информацию по выбранной теме на основе материалов 5-6 газет и журналов за последнюю неделю. Сделайте устное сообщение по теме.

### **Практическое задание № 3 «Определение лидера мнений»**

Задание для группы: используя социометрический метод и метод самоопределения, попробуйте выявить в своей группе лидеров мнений в следующих вопросах:

- учеба в университете;
- досуг, развлечения;
- работа;

### **Практическое задание №4 «Составление пресс-релиза»**

Зная правила, составьте пресс-релиз для определенного мероприятия.

### **Практическое задание №5 «Наполнение пресс-кита по теме пресс-конференции»**

Подготовьте необходимые материалы для пресс-кита по теме предполагаемой прессконференции, которую проводить руководство.

### **Практическое задание № 6 «Сообщение и коммуникация»**

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

1. слова
2. выражение лица
3. глаза
4. манера поведения
5. находчивость

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

### **Практическое задание № 7 «Выступление перед аудиторией»**

Группа делится на две команды. Каждая команда выбирает двух ораторов, которые пытаются выступить перед аудиторией, зная все правила правильного выступления. Темы выступления определяются по жеребьевке. Члены каждой команды оценивают выступление

как представителя своей команды, так и чужой. Но перед этим им дается 15 минут для помощи в разработке выступлений своих товарищей.

Следует обратить внимание на следующие положения:

1. Как начать выступление.
2. Как построить выступление.
3. Как преподнести аудитории тему выступления.
4. Объем информации.
5. Способы убеждения аудитории.
6. Логика выступления и построения речи.
7. Как завершить выступление.
8. Как держаться перед аудиторией.
9. Как добиться положительного восприятия.

### ***Практическое задание № 8 «Разработка имиджа компании»***

Группа разбивается на подгруппы по 3-4 человека. Задание для подгрупп: используя характеристики корпоративного имиджа, попробуйте разработать концепцию имиджа:

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

Подгруппы обсуждают выбранный вариант и по формированию имиджа (рисунки и схемы по формированию имиджа (рисунки и схемы приветствуются). Затем представитель каждой подгруппы выступает перед аудиторией с презентацией своего имиджа. После этого задаются вопросы на уточнение, дискуссия, пожелания, рекомендации. Примечание: допускается только конструктивная критика.

### ***Критерии формирования оценок по контрольным заданиям***

**«отлично»** - обучающийся показал глубокие знания материала по поставленным вопросам, грамотно, логично его излагает, структурировал и детализировал информацию, избегая простого повторения информации из текста, информация представлена в переработанном виде. Свободно использует необходимые формулы при выполнении контрольной работы ;

**«хорошо»** - обучающийся твердо знает материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в процессе выполнения контрольной работы;

**«удовлетворительно»** - обучающийся имеет знания основного материала по поставленным вопросам, но не усвоил его деталей, допускает отдельные неточности при выполнении контрольной работы ;

**«неудовлетворительно»** – обучающийся допускает грубые ошибки в ответе на поставленные вопросы и при выполнении контрольной работы.

#### **5.1.2. Примерный перечень тем рефератов.**

***(контролируемые компетенции ОПК-7.2.)***

1. Послание Томаса Джефферсона «О положении в стране» (1807 г.) и появление термина «паблик рилешнз».
2. Уильям Прайс из Вашингтона – первый специалист по связям с общественностью (1896 г.)
3. Образование президентской службы Теодора Рузвельта (1902 г.).
4. А. Ледбеттер Ли - первый ПР-консультант по связям с общественностью для бизнеса (1903 г.)
5. Начало функционирования пресс-служб по связям с общественностью в государственных учреждениях Великобритании (1914 г.).
6. Первый пресс-секретарь при Белом Доме. Начало формирования официальной стратегии и тактики при связях с общественностью Белого Дома (1929 г.).
7. Создание первых нормативных документов по связям с общественностью. 8. Особенности становления и развития связей с общественностью в России.

#### ***Методические рекомендации по написанию реферата***

**Реферат** – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

**Требования к реферату:** Общий объем реферата 20 листов (шрифт 14 Times New Roman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок Microsoft Word (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль

Обязательно наличие: содержания (структура работы с указанием разделов и их начальных номеров страниц), введения (актуальность темы, цель, задачи), основных разделов реферата, заключения (в кратком, резюмированном виде основные положения работы), списка литературы с указанием конкретных источников, включая ссылки на Интернет-ресурсы.

В тексте ссылка на источник делается путем указания (в квадратных скобках) порядкового номера цитируемой литературы и через запятую – цитируемых страниц.

**Уровень оригинальности текста – 60%**

#### ***Критерии оценки реферата:***

«отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

«хорошо» – выполнены основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих

находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками

*«удовлетворительно»* – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод. Обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы. Допущены существенные отступления. Документация сдана со значительным опозданием (более недели). Отсутствуют отдельные фрагменты.

*«неудовлетворительно»* – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.

### **5.1.3. Оценочные материалы для выполнения кейсовых заданий**

#### **Производители просят отрегулировать Ростехрегулирование**

Представители 35 отраслевых союзов и промышленных ассоциаций обратились вчера к руководству страны с требованием "укрепить руководство" Ростехрегулирования, возглавляемого Григорием Элькиным, считая его главным тормозом реформы техрегулирования. Союзы выступают против позиции РСПП, поддерживающего Ростехрегулирование по вопросам введения техрегламентов.

Сам господин Элькин считает, что союзы, требующие его "укрепления", лоббируют интересы "далеко не российских компаний". Вчера представители 35 отраслевых союзов преимущественно пищевой промышленности решили обратиться к действующему и избранному президентам и к спикерам обеих палат парламента с требованием вмешаться в ситуацию, сложившуюся вокруг реформы техрегулирования.

В проекте обращения указывается на неисполнение Агентством по техрегулированию и метрологии части 6 ст. 24 закона "О техрегулировании", предоставляющей производителям право декларировать соответствие своей продукции без обязательной сертификации.

В документе отмечается также неисполнение агентством постановления правительства N594 от 25 сентября 2003 года об обязательной публикации национальных стандартов на сайте агентства. Несмотря на решение суда, тексты большинства стандартов можно получить только через подконтрольные Ростехрегулированию коммерческие структуры. В целях "повышения эффективности госрегулирования в данной сфере" участники совещания предлагают будущему президенту и будущему премьеру "укрепить руководство агентства". Принятый в 2002 году закон "О техрегулировании" предполагал замену около 170 тыс. ГОСТов несколькими сотнями техрегламентов, затрагивающих только вопросы безопасности. Предполагалось, что реформа снимет административные барьеры и повысит конкурентоспособность бизнеса. Ведомственное нормотворчество запрещалось.

Однако из-за сложной процедуры согласования с 2002 года были приняты только два регламента. В 2007 году Госдумой в закон были внесены поправки, восстанавливающие ведомственное нормотворчество, крупный бизнес в лице РСПП поправки поддержал. "В реформе не заинтересована коррумпированная часть бюрократии, а также та часть бизнеса, которая привыкла выстраивать отношения с властью незаконными способами, желающая монополизировать свое влияние и власть", — заявил вчера глава Союза производителей безалкогольных напитков Дмитрий Петров, отметив, что "позиция РСПП не отражает позицию всего бизнес-сообщества". "РСПП готов к сотрудничеству, но отраслевые союзы вместо совместной работы над первоочередным техрегламентом "О безопасности пищевых продуктов" пытаются решать свои проблемы, разрабатывая регламенты на отдельные виды продукции, которые во всем мире регулируются стандартами", — заявил "Ъ" ответственный секретарь комитета РСПП по техрегулированию Антон Зубихин.

"Сомневаюсь, что все 35 ассоциаций подпишут это обращение",— заявил "Ъ" глава Ростехрегулирования Григорий Элькин. По его словам, некоторые из них "лоббируют интересы далеко не российских компаний".

Он отверг обвинения в адрес агентства: декларированием соответствия, по его словам, занимается не Ростехрегулирование, а аккредитованные агентством органы сертификации. Перечень продукции, подлежащей как сертификации, так и декларированию, ежегодно готовит Минпромэнерго и утверждает правительство.

Что же касается публикации стандартов, то, по словам господина Элькина, суд обязал Ростехрегулирование публиковать только вновь принятые стандарты "на время, необходимое для ознакомления". По данным "Ъ", привлечь внимание властей к реформе техрегулирования отраслевые союзы решили в преддверии рассмотрения в Госдуме четырех техрегламентов: на молоко и молочную продукцию, масложировую продукцию, соки и табачные изделия. "Ъ" будет следить за развитием событий.

Источник: Гудков Александр, - Производители просят отрегулировать Ростехрегулирование // Газета «Коммерсантъ» № 69(3886) от 23.04.2008

## КЕЙС-ЗАДАЧА №2.

Вводные данные:

В. Терлецкий появился на политической сцене г. Екатеринбурга осенью 1997 года.

На довыборах в Гос. Думу он неожиданно для всех занял второе место (после Хабарова) из 17 кандидатов. Довыборы сорвались из-за не явки. Журналисты говорили о профессионально построенной кампании, о высоких шансах Терleckкого на весенних довыборах. В марте, когда Облизбирком отменил регистрацию Хабарова и осталось только два кандидата, Терлецкий стал единственным фаворитом. О том, что юный Д. Голованов сможет составить ему конкуренцию никто всерьез не думал. Однако, в

итоге повторных довыборов в г. Екатеринбурге 12 апреля 1998 г. с разницей в 2% победил Д. Голованов. На момент подготовки к довыборам в ГД специалисты оценивали шансы Терleckкого следующим образом: 4-е место – успех. Заказчики избирательной кампании поставили задачу «протолкнуть» его в первую тройку. Однако консультант кандидата, ознакомившись с данными социологических исследований, к более оптимистичному выводу: при хорошем, послушном кандидате и сносном финансировании мы вполне смогли бы занять и 1-ое место.

Дело в том, что основной претендент на кресло депутата - В. Щукин имел скандальную известность и огромный рейтинг непопулярности. Около 30% избирателей заявляло, что «ни в коем случае не проголосует за Щукина». Было принято решение строить кампанию по принципу «Х против Щукина», с расчётом на то, что в глазах электората личность «Х» будет не так важна. В. Терлецкий поддержал эту идею.

В. Терлецкий, будучи представителем свердловского «ЯБЛОКА», являл собой образ типичного «яблочника-интеллигента»: тихий голос, «умная», непонятная простому избирателю речь, манеры в жестах, выдающие воспитание и главное - упрямая принципиальность во всех идеологических, стратегических и тактических вопросах. Если его такого, без прикрас показать публике, то результат

будет мало отличаться от достижений самого «ЯБЛОКА» -10-15%- максимум. Этого для победы мало.

С финансированием также было не всё ладно – предоставленные средства были крайне ограничены.

I этап кампании (осень 1997 г.). Цит. политконсультант В Терleckкого О. Матвейчев: «Поскольку

денег было мало - решили действовать листовками. Сначала ознакомительный буклет, черно-белый,

чтобы не раздражать народ дорогой полиграфией. Потом - основная рекламная идея «Терлецкий против

Щукина» листовкой в ящик и параллельно-увеличенный вариант на столбы и заборы. Тираж по 200 тысяч - в каждую семью. Такие «простые» способы сразу вызвали у кандидата неприятие: он непременно хотел со всеми повстречаться лично, а самое главное - побольше присутствовать на телевидении. Но если «личные встречи» ещё как-то можно было допустить - они, конечно, были бесполезны, но по крайней мере не вредили, то телевидение - это было твердое убеждение всего штаба - Терлецкому было противопоказано. Образ (имидж), который мы создали в буклетах, настолько расходился с «действительным» Терлецким, что любое его появление в кадре не могло принести ничего, кроме потери голосов, ничего, кроме разочарования.

«И этот рыжий, маленький человечек и есть борец с мафией?» - кричали нам в телефонную трубку избиратели после очередного ТВ выступления кандидата. Конечно, избирателя можно понять: он хотел

видеть не мальчика из интеллигентной семьи, а эдакого «Илью-муромца». К сожалению, сам Валерий Михайлович был напрочь лишен адекватной самооценки. Часы уходили на то, чтобы уговорить его заменить личное ТВ - обращение на какое-нибудь «заявление штаба», «публикацию соц.опроса» или просто репортаж в выгодном для нас свете. Всякий раз, он норовил лично вылезти на экран. Ну хочет быть человек звездой и всё тут! В последние недели мы стали просто откровенно саботировать ТВ:

ссылались на финансовые и организационные нестыковки, проваливали встречи. И всё же он прорывался на экран с каждым разом унося в могилу по 1-2 % с таким трудом завоеванных нами ранее голосов. Правда, тренинги с психологами и репетиции на многочисленных встречах сделали свое дело: в выступлениях Валерия Михайловича появился нужный пафос, какая-то харизма. Мы даже одобрили идею теледебатов с В.Щукиным, но прежде всего рассчитывали на то, что Щукин придет и мы потом сумеем отыграть это в листовках и газетах.

Постепенно, Терлецкий вышел в лидеры. Щукин и Тизяков остались позади. Но возникла новая фигура, путающая все карты - Хабаров. Мощный рекламный прессинг и главное – досрочное голосование. Людей сотнями сгоняли на участки. Щукин отошел на второй план, исчез из СМИ. А вместе с ним стал уходить и противостоящий ему Терлецкий. Идея «борьбы со Щукиным» стала как-то неактуальной. Нужно было начинать «борьбу с Хабаровым», но было уже поздно. Выборы на носу. За три дня до выборов мы ещё рассчитывали на 1-ое место. Было невозможно представить, что Хабаров приведет на участки 30 тысяч человек. Но он привел, а против лома, как говорится, нет приема».

Выборы не состоялись. Приведенных Хабаровым людей не хватило. Терлецкий занял второе место.

Велико было количество проголосовавших «против всех». Этим людям был явно не по душе Хабаров,

явно не по душе Щукин, но и за Терleckкого они не проголосовали. А ведь именно на поддержку

протестного электората изначально и делалась ставка. Тем не менее, специалисты отмечали успех В.

Терлецкого (в свете особенностей его личности и политической принадлежности). Сам Терлецкий

связывал свой выход на 2-е место с несколькими факторами: а) личными встречами с избирателями; б)

выступлениями по ТВ; в) поддержкой со стороны мэра г. Екатеринбурга (А.М. Чернецкого).

Руководивший кампанией О. Матвейчев выражал по поводу этого скептическое мнение.

II этап кампании (весна 1998 г.). Во время повторных довыборов в ГД кандидатов было всего

трое: Хабаров, Терлецкий и Дмитрий Голованов - вчерашний студент, рискнувший попробовать себя в большой политике. Внезапно, Облизбирком отменяет регистрацию Хабарова (причины и законность данного решения в контексте рассматриваемого случая не важны) и Терлецкий с Головановым остаются друг против друга. Голованов - не конкурент. Слишком молод, гораздо меньше раскручен, как оратор тоже уступает Терleckкому. Обстоятельства складывались в пользу последнего. Однако Терлецкий всё же предпринял значительные усилия в ходе предвыборной гонки, поменяв многое в тактике по сравнению с осенью прошлого года. В частности, сделал ставку не на массовость агитматериала, а на его «яркость» - цветная полиграфия, календарики вместо простых листовок и пр. Было усилено присутствие кандидата на ТВ. Были массово изданы и распространены многословные тексты его предвыборной программы. Изменились и лозунги – с темы «борьбы с криминалом» акцент был перенесен на социальные проблемы. В это же самое время Д. Голованов действовал не менее активно. Во-первых, навязал Терleckкому свою «повестку дня» - социальную защиту. Его команда подготовила качественные ТВ-ролики, где

29

настоящие люди говорили фразы, которые они каждый день говорят в жизни: «Партии, партии.. Да мне зарплата важнее!» (а вовсе не лозунги: «Рабочим - зарплату!» как у Терleckкого). Во-вторых, «выбил» из рук Терleckкого монополию на поддержку мэра г. Екатеринбурга: пока последние согласовывали текст совместной листовки, Голованов успел выпустить свою листовку о том, что поддерживает мэра Чернецкого. Как следствие, Однозначной ассоциации «Терлецкий – Чернецкий» не получилось. Кто кого поддержал? Чернецкий Голованова? Чернецкий Терleckкого? Или их обоих? Или они его? Все последующие ТВ заявления не возымели действия, ибо Голованов был в праве сказать: «А кто позволил Терleckкому приватизировать нашего мэра?».

Вопросы и задания:

- 1) Что на Ваш взгляд стало ключевым фактором электорального успеха В. Терleckкого осенью 1997 г. (развернутый ответ)?
- 2) Назовите основные ошибки, допущенные В. Терleckким в ходе кампании весной 1998 г., а также основные конкурентные преимущества Д. Голованова.
- 3) Предложите свой сценарий предвыборной кампании В. Терleckкого, который бы в случае реализации позволил ему выиграть выборы в ГД.

КЕЙС-ЗАДАЧА №2.

Вводные данные:

Место действия: моногород в Европейской части РФ с населением около 30 тыс. человек; большинство трудоспособных жителей занято на текстильной фабрике (градообразующее предприятие)

и в муниципальных учреждениях (больницы, дет. сады, школы, ДК); демографическая ситуация –

неблагоприятная (отток молодежи в областной центр); стабильно высокий уровень правонарушений; в

розничной торговле и общепите высока доля предпринимателей из азербайджанской и армянской

диаспор; жилищно-коммунальная инфраструктура требует существенной модернизации; вопрос о

приватизированной собственности в городе урегулирован – 15% текстильной фабрики находится в

муниципальной собственности, 85% - у нескольких крупных частных акционеров; отношения между

региональной и местной властью выстроены в общем взаимовыгодные (лояльность городских властей в

обмен на дотации из областного бюджета).

Ситуация: Несмотря на отлаженность взаимодействия мэра, занимающего свой пост уже 8 лет, и

главы региона, в окружении последнего высказываются опасения по поводу растущего недовольства

населения из-за отсутствия каких-либо улучшений в жизни города, что связывается с фактическим

бездействием городских властей. В этих условиях возникает запрос на новых лиц, готовых идти во

власть. Губернатор готов поддержать любого кандидата, который недвусмысленно даст понять о своей

лояльности к нему и в то же время продемонстрирует свою привлекательность для основной части

городского электората.

Задание:

Есть несколько возможных кандидатур, способных заменить действующего мэра на его посту. Они

обладают различными личностными и социальными характеристиками. В отношении каждого из них

следует решить несколько задач

1. Выявите ключевые целевые аудитории – объекты предвыборной кампании кандидата («свой»

электорат).

2. Разработайте базовую имиджевую модель с учетом особенностей вашего кандидата и его

потенциальных избирателей.

3. Предложите программу мероприятий по внедрению разработанного имиджа кандидата в сознание

избирателей.

4. Выявите потенциальные угрозы имиджу (слабые стороны кандидата, на которых могут «сыграть»

конкуренты) и предложите меры по их нейтрализации.

Кандидат №1. Мужчина, русский, 43 года; действующий председатель городского Совета депутатов; ранее работал начальником департамента ТЭК в обл. администрации; высшее образование;



руководитель первичной ячейки партии «Единая Россия»; женат, двое детей.

Кандидат №2. Мужчина, русско-армянского происхождения, 47 лет; родился и вырос в указанном

городе, учился в Москве (высшее образование); директор городского вещевого рынка; имеет авторитет

в армянской диаспоре, связи с корпусом городских депутатов и в гор. администрации; в торговом

бизнесе – почти 25 лет; в давнем прошлом имел некоторые проблемы с законом (считался членом

местной армянской ОПГ); женат, 3 детей; занимается благотворительностью.

Кандидат №3. Женщина, русская, 39 лет; в прошлом – заместитель исполнительного директора

текстильной фабрики; в настоящее время – директор одной из самых крупных компаний в сфере

### ***Критерии формирования оценок по кейсовым заданиям:***

- «отлично» (3 балла) - обучающийся показал глубокие знания материала по поставленным вопросам, грамотно, логично его излагает, структурировал и детализировал информацию, избегая простого повторения информации из текста, информация представлена в переработанном виде. Свободно использует необходимые формулы при решении задач;
- «хорошо» (2 балла) - обучающийся твердо знает материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в процессе решения задач;
- «удовлетворительно» (1балл) - обучающийся имеет знания основного материала по поставленным вопросам, но не усвоил его деталей, допускает отдельные неточности при решении задач;
- «неудовлетворительно» (менее 1 балла) – обучающийся допускает грубые ошибки в ответе на поставленные вопросы и при решении задач.

## ***5.2. Оценочные материалы для рубежного контроля (контролируемые компетенции ОПК-7.2.)***

*Рубежный контроль* осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится ***три таких контрольных мероприятия по графику.***

В качестве форм рубежного контроля можно использовать тестирование (письменное или компьютерное), проведение коллоквиума или контрольных работ. Выполняемые работы должны храниться на кафедре течение учебного года и по требованию предоставляться в Управление контроля качества. На рубежные контрольные мероприятия рекомендуется выносить весь программный материал (все разделы) по дисциплине.

### ***5.2.1. Оценочные материалы для тестирования***

1. Коммерческие организации, их союзы (ассоциации) как субъекты политических отношений могут:

А) избирать и быть избранными;

Б) участвовать в управлении делами государства;

В) направлять финансовые пожертвования в избирательные фонды кандидатов;

Г) принимать участие в митингах, шествиях, демонстрация и др.

2. Органы государственной власти и местного самоуправления регулируют сферы экономики и предпринимательства путем:

- А) невмешательства в процессы самоурегулирования;
- Б) установления правил лицензирования, сертификации, стандартизации и др.;
- В) оказания публичных услуг населению в сфере обороны и безопасности;
- Г) управления государственными и муниципальными предприятиями и учреждениями.

3. Органы государственной власти и местного самоуправления могут делегировать субъектам экономической деятельности функции или отдельные процессы, связанные с их реализацией, в форме:

- А) создания (приобретения) юридического лица частного права;
- Б) аутсорсинга, т.е. без государственного участия в их уставном капитале;
- В) продажи публичной функции на аукционе;
- Г) передачи государственного и муниципального имущества частным лицам.

4. Лица частного права могут привлекаться к оказанию публичных услуг в форме:

- А) участия в образовании коммерческой организации;
- Б) аутсорсинга;
- В) включение их в саморегулируемую организацию;
- Г) включение их в государственную корпорацию.

5. Правовыми формами представительства интересов субъектов экономической деятельности в органах публичной власти являются:

- А) коррупция;
- Б) рейдерство;
- В) участие в консультативных и совещательных органах;
- Г) право на обращение.

6. Лоббистами могут быть признаны:

- А) чиновники;
- Б) некоммерческие организации;
- В) коммерческие организации;
- Г) союзы (ассоциации) некоммерческих организаций.

7. Результатом лоббистской деятельности является:

- А) доведение информации до должностного лица;
- Б) принятие публично-властного решения в интересах лоббиста и (или) клиента;
- В) взятка;
- Г) получение информации от органа власти.

8. Правовыми ограничениями «грязного» лоббизма могут являться:

- А) раскрытие конфликта интересов;
- Б) правила этики поведения должностных лиц;
- В) усиление государственного вмешательства в экономические процессы;
- Г) механизмы декларирования благосостояния чиновников.

9. К лоббистским технологиям относятся:

- А) механизмы взаимодействия субъектов в законодательном процессе;
- Б) рассылка экспертной информации чиновникам перед обсуждением решения;

- В) использование лоббистом ораторских способностей;
- Г) организация публикаций в СМИ «нужной» точки зрения.

10. Правовые механизмы, способные минимизировать административные барьеры:

- А) принятие закона о лоббизме;
- Б) законодательные меры о борьбе с коррупцией;
- В) мониторинг управленческих процессов;
- Г) ужесточение требований к контролю и ответственности бизнеса.

***Критерии формирования оценок по тестовым заданиям:***

«отлично» – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы. Выполнено 100 % предложенных тестовых вопросов;

«хорошо» – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 80 –99 % от общего объема заданных тестовых вопросов;

«удовлетворительно» – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 60 –79% от общего объема заданных тестовых вопросов;

«неудовлетворительно» – получают обучающиеся правильным количеством ответов на тестовые вопросы – менее 40-59 % от общего объема заданных тестовых вопросов.

**5.2.2. Оценочные материалы для коллоквиума :**

**1 точка**

1. Значение и место связей с общественностью во властных структурах.
2. Цели, задачи и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти.
3. Становление и развитие связей с общественностью в России и за рубежом.
4. Информационная политика государства.
5. Задачи обеспечения информационной политики госструктур.
6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ.
7. Информационные войны.
8. Противодействие негативной информации СМИ.
9. Роль интернет-коммуникаций в системе общественных связей на современном этапе.
10. Использование интернет-коммуникаций в PR-деятельности властных структур.
11. Организация и ведение официального сайта.
12. Работа с блогами.
13. Работа с социальными сетями.

**2 точка**

1. Понятие и группы общественности.
2. Работа с целевыми аудиториями общественности.
3. Общественное мнение: понятие, исследование, учёт, формирование.
4. Работа с внешними организациями.
5. Организация и проведение специальных PR-мероприятий.
6. Понятие и основные категории корпоративной культуры.
7. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика.
8. Организация издания печатной продукции.
9. Значение PR-проектов в органах власти.

10. Специфика и особенности реализации PR-проектов в органах власти различных уровней.

### **3 точка**

1. Понятие, признаки и общественная роль партий и общественно-политических движений.
2. Типология партий и общественно-политических движений.
3. Специфика связей с общественностью в партиях и общественно-политических движениях.
4. Задачи и процесс проведения избирательных кампаний.
5. Причины кризисов в деятельности органов власти.
6. Инструменты связей с общественностью в условиях кризиса.
7. Значение переговоров в деятельности должностных лиц и органов власти, порядок их проведения.
8. Общественное обеспечение проведения переговоров.
9. Общая характеристика органов местного самоуправления.
10. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления.
11. Организация PR-деятельности в администрации муниципального образования.
12. Понятие и значение имиджа субъектов и органов власти.
13. Объекты имиджа во властных структурах.
14. Составляющие имиджа.
15. Процесс конструирования имиджа.
16. Информационно-коммуникационное обеспечение имиджмейкинга.

### ***Критерии формирования оценок по контрольным точкам (контрольные работы; коллоквиум)***

«отлично» - ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов; обучающийся демонстрирует знание теоретического и практического материала по теме практической работы;

«хорошо» – ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов. Обучающийся демонстрирует знание теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при решении задач ;

«удовлетворительно» – ставится за работу, если бакалавр правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой. Обучающийся затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, дает неполный ответ

### ***5.3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации (контролируемые компетенции ОПК-7.2.)***

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Осуществляется в конце семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине в виде проведения зачета.

Промежуточная аттестация может проводиться в устной, письменной форме, и в форме тестирования. На промежуточную аттестацию отводится до 30 баллов.

### ***Критерии оценки качества освоения дисциплины (Приложение)***

**Вопросы , выносимые на зачет**

1. Сущность и эволюция связей с общественностью
2. Необходимость и значение связей с общественностью в органах власти
3. Место связей с общественностью в органах власти
4. Цели и принципы связей с общественностью в органах власти
5. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти
6. PR в системе коммуникаций: понятие, типы, функции и модели коммуникаций, место PR в коммуникационных технологиях
7. Понятие и типология общественности, выбор приоритетных групп общественности в PR-деятельности
8. Общественное мнение в PR-деятельности органов власти: сущность, изучение, учет и формирование
9. Современные задачи информационной политики госструктур
10. PR-деятельность политических партий и общественно-политических движений
11. Особенности проведения избирательной кампании
12. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления
13. Организация PR-деятельности в администрации муниципального образования
14. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ
15. PR-деятельность в переговорном процессе
16. PR-деятельность в условиях конфликтов и кризисов
17. Противодействие негативной информации СМИ органами власти
18. Особенности работы с интернет-коммуникациями: организация и ведение официального сайта
19. Особенности работы с интернет-коммуникациями: работа с блогами
20. Особенности работы с интернет-коммуникациями: работа с социальными сетями
21. Внешнекорпоративные связи с общественностью в органах государственной власти: работа с общественностью и целевыми аудиториями
22. Внешнекорпоративные связи с общественностью в органах государственной власти: работа с внешними организациями
23. Внешнекорпоративные связи с общественностью в органах государственной власти: организация и проведение специальных мероприятий
24. Внутрикorporативные связи с общественностью в органах государственной власти: характеристика основных внутрикorporативных мероприятий
25. Внутрикorporативные связи с общественностью в органах государственной власти: издание печатной продукции
26. Значение и специфика осуществления PR-проектов в органах государственной власти
27. Особенности реализации PR-проектов в органах государственной власти
28. Управление формированием персонального имиджа в органах власти
29. Планирование деятельности отдела по связям с общественностью в органах власти
30. Аналитическая работа отдела по связям с общественностью в органах власти

### **Критерии формирования оценок по промежуточной аттестации**

Определены в разделах 2, 3 Положения о балльно-рейтинговой системе аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Кабардино-Балкарского государственного университета им. Х.М. Бербекова.

### **6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:**

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине включает две составляющие:

– *первая составляющая* – оценка регулярности, своевременности и качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение периода изучения дисциплины (семестра, или нескольких семестров) (сумма – не более 70 баллов). Баллы, характеризующие успеваемость студента по дисциплине, набираются им в течение всего периода обучения за изучение отдельных тем и выполнение отдельных видов работ.

– *вторая составляющая* – оценка знаний студента по результатам промежуточной аттестации (не более 30 –баллов).

Критерием оценки уровня сформированности компетенций в рамках учебной дисциплины «Планирование и проектирования организаций» является зачет.

Общий балл текущего и рубежного контроля складывается из следующих составляющих приложение 2.

Таблица 7. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения (компетенции)	Основные показатели оценки результатов обучения	Вид оценочного материала
ОПК-7.2. Способен обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	Знать: основы взаимодействия с общественностью; специфику взаимодействия с общественностью в органах публичного управления	оценочные материалы для выполнения рефератов (раздел 5.1.2. №№ 2-4, 19, 20 и т.д.), оценочные материалы для тестирования (раздел 5.2.2. №№ 1-16 и т.д.), оценочные материалы для дискуссий (раздел 5.1.3. №№ 1, 2)
	Уметь: Использовать технологии связей с общественностью в органах публичного управления;	оценочные материалы для контрольных заданий (раздел 5.1.1. №№ 1, 2, 4, 5, 10 и т.д.), оценочные материалы для самостоятельной работы (раздел 5.1.4. №№ 1, 2), оценочные материалы для коллоквиума (раздел 5.2.1, вопросы для 1, 2 точек), оценочные материалы для промежуточной аттестации (раздел 5.3. №№ 1, 7, 9, 11, 15, 40 и т.д.)
	Владеть; Навыками осуществлять взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	оценочные материалы для контрольных заданий (раздел 5.1.1. №№ 1, 2, 4, 5, 10 и т.д.), оценочные материалы для самостоятельной работы (раздел 5.1.4. №№ 1, 2), оценочные материалы для коллоквиума (раздел 5.2.1, вопросы для 1, 2 точек), оценочные материалы для промежуточной аттестации (раздел 5.3. №№ 1, 7, 9, 11, 15, 40 и т.д.)

Таким образом, выполнение типовых заданий, представленных в разделе 5 «Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации» позволит обеспечить формирование индикаторов компетенций:

ОПК-7.2. Способен обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **7.1 Основная литература:**

1. Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика : учебное пособие / Минаева Л.В.. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 287 с. — ISBN 978-5-7567-0585-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8971.html>
2. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика : учебное пособие / В.В. Данилина [и др.]. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 320 с. — ISBN 978-5-7567-0642-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8972.html>
3. Булатова С.Н. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / Булатова С.Н.. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 80 с. — ISBN 978-5-8154-0229-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/22113.html>
4. Макаревич М.И. Государственное и муниципальное управление. Методология, практика и возможности компьютерного моделирования структур, функций, процессов органов власти : учебное пособие / Макаревич М.И.. — Санкт-Петербург : Университет ИТМО, 2012. — 87 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/67548.html>

## **7.2 Дополнительная литература:**

1. Гринберг Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью [Электронный ресурс]: модели, технологии, синергетический эффект/ Т.Э. Гринберг— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012.— 324 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54633>\*
2. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.В. Минаева— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>\*
3. Нархов Д.Ю. Реклама. Управленческий аспект [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Ю. Нархов, Е.Н. Нархова— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2015.— 264 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68468>
4. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / Моск. гос. лингвист. ун-т ; ред. М. М. Васильева. - Москва : Юрайт, 2014. - 495 с. - (Бакалавр. Академический)
5. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева,
6. О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов. – Москва : Юрайт, 2014. – 552 с.\*
7. Скрипникова Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations [Электронный ресурс]: теоретические брифы. Учебное пособие/ Н.Н. Скрипникова— Электрон. текстовые данные.— Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 53 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59126>

## **7.3.Периодические издания(в свободном доступе)**

## **7.4.Интернет-ресурсы**

При изучении дисциплины обучающиеся обеспечены доступом (удаленный доступ) к ресурсам:

– **общие информационные, справочные и поисковые:**

- Справочная правовая система «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>
- Справочная правовая система «Гарант» (в свободном доступе). URL: <http://www.garant.ru>;
- Справочная правовая система «Референт» (в свободном доступе). URL: <https://www.referent.ru/>

– **к современным профессиональным базам данных:**

- 1. База данных Science Index (РИНЦ). URL: <http://elibrary.ru>
- 2. Научная электронная библиотека (НЭБ РФФИ). URL: <http://elibrary.ru>
- 3. Национальная электронная библиотека РГБ (имеется режим для людей с нарушением зрения (для слепых и слабовидящих). URL: <https://нэб.рф>
- 4. ЭБС «АйПиЭрбукс» (имеется режим для людей с нарушением зрения (для слабовидящих). URL: <http://iprbookshop.ru/>

– **Кроме того обучающиеся могут воспользоваться профессиональными поисковыми системами:**

1. Полнотекстовая база данных ScienceDirect: URL: <http://www.sciencedirect.com>.
2. Реферативная база данных зарубежных изданий по экономике EconLit: URL: <http://www.ebscohost.com>
3. Для эффективного усвоения дисциплины, помимо учебного материала, студентам необходимо пользоваться данными всемирной сети Интернет, такими сайтами, как:
4. Economics online <http://www.econline.h1.ru> - целью данного проекта является создание коллекции ссылок на ресурсы WWW, предоставляющие экономическую и финансовую информацию бесплатно в режиме онлайн. На сайте вы найдете каталог ссылок на лучшие экономические ресурсы, новости, информацию по экономической теории, финансам, статистике, архивы научных работ по экономике и т. д.
5. Economicus.Ru <http://economicus.ru> - экономический портал, главной целью которого является предоставление качественной информации по самому широкому спектру экономических дисциплин. Работы и биографии известных экономистов, профессиональный каталог экономических ресурсов Интернет, экономическая конференция, учебно-методические материалы для преподающих и изучающих экономику, подборка словарей, энциклопедий, справочников по самым разнообразным областям экономики, наиболее полное собрание лекций по экономической теории.
6. Электронная библиотека по бизнесу и финансам <http://www.finbook.biz/> - сайт предоставляет бесплатный доступ к электронным книгам по бизнесу, финансам, экономике.
7. Служба тематических толковых словарей <http://glossary.ru/>

## **7.5. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы обучающихся при проведении различных видов учебных занятий предполагает:



– оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих обучающемуся в удобное для него время осваивать учебный материал;

– широкое внедрение компьютеризированного тестирования;

– совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы обучающихся, поскольку именно эти виды учебной работы в первую очередь готовят обучающихся к самостоятельному выполнению профессиональных задач;

– модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

В рамках курса выполняются следующие виды самостоятельной работы:

1. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);

2. Выполнение разноуровневых задач и заданий;

3. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

Необходимо отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала. Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом и выполняется в обязательном порядке. Задания предложены по каждой изучаемой теме и могут готовиться индивидуально или в группе. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

Для успешного самостоятельного изучения материала сегодня используются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач. Электронный учебник представляет собой программное средство, позволяющее представить для изучения теоретический материал, организовать апробирование, тренаж и самостоятельную творческую работу, помогающее студентам и преподавателю оценить уровень знаний в определенной тематике, а также содержащее необходимую справочную информацию. Электронный учебник может интегрировать в себе возможности различных педагогических программных средств: обучающих программ, справочников, учебных баз данных, тренажеров, контролирующих программ.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с

преподавателем, решать вычислительные задачи и получать знания. Использование сетей усиливает роль самостоятельной работы студента и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания.

Студент может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для выполнения работ трудовыми затратами. Студент имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории. Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде студента имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет студенту своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений. Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий – это ряд тестов «on-line», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения предметным материалом, выявить свои ошибки и по

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### *8.1. Требования к материально-техническому обеспечению*

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины включает в себя специальные помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, компьютерные классы для проведения лабораторных занятий, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия. По дисциплине «Справочно-информационные системы в экономике» имеются презентации по отдельным темам курса, позволяющие наиболее эффективно освоить представленный учебный материал.

При проведении занятий лекционного типа/семинарского типа используются:

*лицензионное программное обеспечение:*

Пакет прав для учащихся на обеспечение доступа к сервису Office 365 ProPlusEdu ShrdSvr ALNG Subsvl MVL PerUsr STUUseBnft Student EES;

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal License.

*свободно распространяемые программы:*

- 7Z – программа-архиватор;
- Adobe Acrobat Reader – программа для чтения PDF файлов;
- Mozilla Firefox лицензия, Google Chrome – интернет-браузеры;
- Far Manager – консольный файловый менеджер для операционных систем семейства Microsoft Windows.

При осуществлении образовательного процесса обучающимися и преподавателем используются следующие информационные справочные системы: ЭБС «АйПиЭрбукс», СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант», СПС «Референт», СПС «Аюдар Инфо».

### *8.2. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья*

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения

высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья университетом обеспечивается:

1. Альтернативная версия официального сайта в сети «Интернет» для слабовидящих;

2. Для инвалидов с нарушениями зрения (слабовидящие, слепые):

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь, дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; наличие средств для усиления остаточного зрения, брайлевской компьютерной техники, видеоувеличителей, программ не визуального доступа к информации, программ-

- синтезаторов речи и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с нарушениями зрения;

- задания для выполнения на зачете зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту обучающимся;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху (слабослышащие, глухие):

- на зачете присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- зачет проводится в письменной форме;

4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекту питания, туалетные и другие помещения университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений);

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию обучающегося зачет проводится в устной форме.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

*Материально-техническое обеспечение дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья*

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Аудитория для самостоятельной работы и коллективного пользования специальными техническими средствами для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в КБГУ, аудитория № 145 Главный корпус КБГУ.	- Комплект учебной мебели: столы и стулья для обучающихся (3 комплекта); Стол для инвалидов-колясочников (1 шт.); Компьютер с подключением к сети и программным обеспечением (3 шт.); Специальная клавиатура (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой, ограничивающей случайное нажатие соседних клавиш) (1шт.); Принтер для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля VP	Продукты MICROSOFT(Desktop Education ALNG LicSaPk OLVS Academic Edition Enterprise) подписка (Open Value Subscription) No V 2123829 Kaspersky Endpoint Security Стандартный Russian Edition No Лицензии 17E0-180427-50836-287-197. Программы для создания и редактирования субтитров, конвертирующее речь в текстовый и жестовый форматы на экране компьютера: Майкрософт

	<p>Columbia (1 шт.); Портативный тактильный дисплей Брайля «Focus 14 Blue» (совместимый с планшетными устройствами, смартфонами и ПК) (1 шт.); Бумага для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля, совместимого с принтером VP Columbia; Видеоувеличитель портативный HV-MVC, диагональ экрана – 3,5 дюйма (4 шт.); Сканирующая и читающая машина SARA-CE (1 шт.); Джойстик компьютерный адаптированный, беспроводной (3 шт.); Беспроводная Bluetooth гарнитура с костной проводимостью «AfterShokz Trekz Titanium» (1 шт.); Проводная гарнитура с костной проводимостью «AfterShokz Sportz Titanium» (2 шт.); Проводная гарнитура Defender (1 шт.); Персональный коммуникатор EN –101 (5 шт.); Специальные клавиатуры (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой, ограничивающей случайное нажатие соседних клавиш); Клавиатура адаптированная с крупными кнопками + пластиковая накладка, разделяющая клавиши, Беспроводная Clevy Keyboard + Clevy Cove (3шт.); Джойстик компьютерный Joystick SimplyWorks беспроводной (3шт.); Ноутбук + приставка для ай-трекинга к ноутбуку PCEye Mini (1 шт.).</p>	<p>Диктейт: <a href="https://dictate.ms/">https://dictate.ms/</a>, Subtitle Edit, («Сурдофон» (бесплатные). Программа невизуального доступа к информации на экране компьютера JAWS for Windows (бесплатная); Программа для чтения вслух текстовых файлов (Tiger Software Suit (TSS)) (номер лицензии 5028132082173733); Программа экранного доступа с синтезом речи для слепых и слабовидящих (NVDA) (бесплатная).</p>
--	--	--

\*Специальные помещения - учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы

**Приложение 1****ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ (ДОПОЛНЕНИЙ)**

в рабочую программу по дисциплине « Планирование и проектирование организаций » по  
направлению  
подготовки 38.03.04 –Государственное и муниципальное управление; Профиль  
Государственная и муниципальная служба на \_\_\_\_\_ учебный год

№п/п	Элемент (пункт) РПД	Перечень вносимых изменений (дополнений)	Примечание

Обсуждена и рекомендована на заседании кафедры менеджмента и маркетинга  
протокол № \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

## Приложение 2

### Распределение баллов текущего и рубежного контроля

№п/п	Вид контроля	Сумма баллов			
		Общая сумма	1-я точка	2-я точка	3-я точка
1-	Посещение занятий	до 10 баллов	до 3 б.	до 3б.	до 4б.
2-	Текущий контроль:	до 30 баллов	до 10 б.	до 10 б.	до 10 б.
	Выполнение самостоятельных заданий (решение задач, написание рефератов, доклад, эссе)	от 0 до 15 б.	от 0 до 5 б.	от 0 до 5 б.	от 0 до 5 б.
1.	Рубежный контроль	до 30 баллов	до 10 б.	до 10 б.	до 10 б.
	тестирование	от 0- до 12б.	от 0- до 4б.	от 0- до 4б.	от 0- до 4б.
	коллоквиум	от 0 до 18б.	от 0 до 6 б.	от 0 до 6 б.	от 0 до 6 б.
	Итого сумма текущего и рубежного контроля	до 70баллов	до 23б.	до 23б.	до 24б.
	Первый этап (базовый)уровень) – оценка «удовлетворительно»	не менее 36 б.	не менее 12 б.	не менее 12 б.	не менее 12 б.
	Второй этап (продвинутый)уровень) – оценка «хорошо»	менее 70 б. (51-69 б.)	менее 23 б.	менее 23 б.	менее 24б.
	Третий этап (высокий уровень) - оценка «отлично»	не менее 70 б.	не менее 23 б.	не менее 23 б.	не менее 24б.

## Приложение 3

### Шкала оценивания планируемых результатов обучения

#### Текущий и рубежный контроль

Семестр	Шкала оценивания			
	0-35 баллов	36-50 баллов	51-60 баллов	56-70 баллов
	Частичное посещение аудиторных занятий. Неудовлетворительное выполнение лабораторных и практических работ. Плохая подготовка к балльно-рейтинговым мероприятиям. Студент не допускается к промежуточной аттестации	Полное или частичное посещение занятий. Частичное выполнение и защита лабораторных и практических работ. Выполнение кейсов, устных выступлений тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на «удовлетворительно».	Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита лабораторных и практических работ. Выполнение кейсов, устных выступлений тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на «хорошо».	Полное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита лабораторных и практических занятий. Выполнение кейсов, устных выступлений тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на «отлично».

#### (для зачёта)

Семестр	Шкала оценивания	
	Незачтено (36-60)	Зачтено (61-70)
	Студент имеет 36-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачёте не ответил ни на один вопрос.	Студент имеет 36-45 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете представил полный ответ на один вопрос и частично (полностью) ответил на второй. Студент имеет 46-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете дал полный ответ на один вопрос или частично ответил на оба вопроса. Студенту, имеющему 61-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, выставляется отметка «зачтено» без сдачи зачёта.

