

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

**Воронежский филиал**

---

Международно-правовой факультет

Кафедра моделирования и организации социальных систем

Утверждена  
решением кафедры моделирования и  
организации социальных систем  
Протокол № 2 от «28» сентября 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.09 «Связь с общественностью в органах власти»

по направлению подготовки

38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

«Управление в государственной и муниципальной службе и кадровая политика»

квалификация бакалавр

очная форма обучения

год набора 2014

Воронеж, 2016 г.

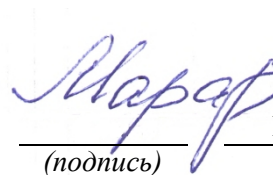
**Автор–составитель:**

Доцент, доктор  
социологических  
наук,  
профессор

*(ученое звание,  
ученая степень,  
должность)*

Моделирования и  
организации социальных  
систем

*наименование кафедры*



*(подпись)*

Марар О.И..

*(Ф.И.О.)*

**Заведующий кафедрой**

Моделирования и  
организации социальных  
систем

*наименование кафедры*

Профессор, доктор  
технических наук

*(ученое звание, ученая  
степень)*



*(подпись)*

Лещенко Е.М.

*(Ф.И.О.)*

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	3
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	13
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	13
6.1. Основная литература .....	13
6.2. Дополнительная литература.....	13
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	14
6.4. Нормативно-правовые документы	14
6.5. Интернет-ресурсы.....	14
6.6. Справочные системы	14
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	14

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

### **1.1 Дисциплина «Связь с общественностью в органах власти» обеспечивает овладение следующей компетенцией:**

**ПК – 11** Владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения

Формирование ПК-11 осуществляется в три этапа при изучении дисциплины «Связь с общественностью в органах власти» и включает в себя:

- способность к изучению теоретических основ общих и отраслевых общественных отношений.
- способность к анализу информационных потоков между органами власти и ключевыми группами общественности при формировании общественного мнения;
- способности к разработке позитивного имиджа органа власти и его руководителя.

### **1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:**

- *сформированы знания:* в области основных категории, понятий и проблем связей с общественностью. В частности, знание следующих базовых категорий и понятий: связи с общественностью, общественность, общественное мнение, контактные аудитории, позиционирование, лидеры мнений, коммуникационный процесс, специальные события, государственный PR, лоббирование, государственные услуги населению и т.д.

- *сформированы умения:*

- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- устанавливать и вести устойчивые коммуникационно - информационные связи с различными группами общественности,
- формировать общественную поддержку принимаемых органом власти решений и программ,
- формировать положительный имидж органа власти в глазах населения.

- *сформированы навыки:*

- использования социально – политико - психологических методов управления поведением целевой аудитории,
- способности и готовности к разработке PR-проектов,
- самостоятельного написания и оформления пресс-релизов,
- способности и готовности к разработке позитивного имиджа органа власти и его руководителя.

## **2 Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО**

Очная форма. Дисциплина Б1.В. 09 «Связь с общественностью в органах власти» относится к дисциплинам части Б.1. Вариативной части блока Б.1. дисциплин ОП ВО направления 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление». Освоение дисциплины осуществляется в 5 семестре 3 курса. Общая трудоёмкость дисциплины 3 ЗЕ.

Освоение дисциплины опирается на приобретенные ранее умения и навыки в ходе изучения дисциплин базового блока «Социология», «Государственная и муниципальная служба», «Деловые коммуникации», «Этика государственной службы» и др, с дисциплинами компетентностно связанными с вариативной части, а также на приобретенные ранее умения и навыки :

*Общее количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем:*

Таблица 1.1

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час.									
		Всего	Семестр								
			1	2	3	4	5	6	7	8	
Очная форма обучения											
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		54					54				
лекционного типа (Л)		18					18				
практического (семинарского) типа (ПЗ)		36					36				
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		54					54				
Промежуточная аттестация	форма	зачет					зачет				
	час.	36									
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		108/3					108/3				

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

Зачет проводится в два этапа: на первом этапе в течении всего семестра выполняется творческое задание и проверяется способность составления пресс-релиза и разработки PR-проекта в виде презентации, на втором этапе контролируются теоретические знания студентов посредством устного ответа на вопросы зачета;

### 3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 2.1

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемо сти**, промежуто чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Сущность и содержание связи с общественностью	36	6		12		18	О, ПР
Тема 2	Связь с общественностью в органах власти как проектная деятельность	36	6		12		18	О, ПР, ДИ, Ф, У
Тема 3	Связь с общественностью как реализация принципов открытости и доступности власти	36	6		12		18	О, Д, Т, ПР,
Промежуточная аттестация		4						Зачет
Всего:		108	18	0	36	0	54	

примечание:

\*\* - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), презентация (ПР), диспут (Д), деловая игра (ДИ), обсуждение фильма (Ф) и др.

### Содержание дисциплины

*Тема 1 Сущность и содержание связи с общественностью*

Основные понятия и определения. Место и функции СО в государственной и рыночной деятельности. Становление и развитие.

*Тема 2 Связь с общественностью в органах власти как проектная деятельность*  
Основные этапы деятельности по установлению связей с общественностью. Отношения с ключевыми группами общественности. Инструментарий государственных СО. Организационные структуры государственных СО. Измерение эффективности деятельности по СО.

*Тема 3 Связь с общественностью как реализация принципов открытости и доступности власти*  
Кампании по установлению и поддержанию связи с общественностью. Методы, используемые в области СО, для повышения уровня легитимности.

#### **4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Связь с общественностью в органах власти» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:

- ✓ наблюдение за поведением студентов во время занятий, за проявлением заинтересованности к содержанию занятия лекционного типа;
- ✓ заполнение студентами листа обратной связи (Таблица 3)

Таблица 3

О чем идет речь? Что вы услышали, поняли и запомнили?	Дополнения. Уточнение. Критика.

- ✓ вопросы студентам и ответы студентов на понимание новой терминологии, с которой знакомятся студенты на занятии (по ходу занятия);
- ✓ задания студентам для подготовки конспекта занятия в виде опорных сигналов;
- ✓ просмотр тематических фильмов с последующим обсуждением: 1) в микрогруппах; 2) представление мнения микрогруппы всей группе

- при проведении практических занятий:

#### **Очная форма обучения**

**Тема 1 Сущность и содержание связи с общественностью**

Форма текущего контроля – опрос, презентация

Вопросы для опроса:

1. Первые исторические формы связи с общественностью
2. История становления и развития связи с общественностью в США
3. История становления и развития связи с общественностью в европейских странах
4. История становления и развития связи с общественностью в России.
5. Общественность в сфере PR
6. PR в универсальной коммуникационной системе

**Примерные темы для презентации:**

1. PR как наука, учебная дисциплина и профессия.
2. Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI века
3. Исследования для PR – проекта
4. Медиарилейшнз. Взаимовлияние традиционных СМИ и Интернет
5. Современные PR – технологии
6. Связи с общественностью в финансовой сфере
7. Связи с общественностью в производственной и коммерческой деятельности
8. Связи с общественностью благотворительных организаций
9. Связи с общественностью в спорте

## **Тема 2 Связь с общественностью в органах власти как проектная деятельность**

Форма текущего контроля – опрос, презентация, деловая игра, обсуждение фильма, упражнение

Вопросы для опроса:

1. PR – инструментарий: текстовые материалы, фото- и видеоматериалы
2. PR – инструментарий: публичные выступления, специальные события
3. PR – инструментарий: интернет-коммуникации
4. Основные этапы PR – деятельности
5. Отношения с ключевыми группами общественности. Внутрифирменный PR
6. Измерение эффективности PR – деятельности.

### **Примерные темы для презентации:**

1. Коммуникативный подход к власти – основа ее легитимности
2. Правовое поле и профессиональная этика ПР-деятельности
3. Управление связями с общественностью корпорации.
4. Основные правила установления и поддержания связей с общественностью.
5. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.
6. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
7. Сущность и основные цели рекламы.
8. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью.
9. Источники и методы получения информации о конкурентах при установлении связей с общественностью.
10. Обеспечение внутрифирменных служб информационной безопасности при осуществлении связей с общественностью.

### **Упражнение 1 «написание пресс-релиза»**

- Задание.** 1. Какие документы необходимо подготовить для журналистов?  
2. Напишите текст пресс-релиза для деловых СМИ.

#### **Описание ситуации.**

Правительство Воронежской области проводит встречу с представителями компании «Бионорика АГ» (Германия) с участием заместителя председателя правительства Воронежской области – руководителя департамента промышленности и транспорта области А.С. Беспрозванных, представителей Агентства по привлечению инвестиций и государственно-частному партнерству.

### **Упражнение 2 «Приемы усиления информационного повода»**

#### **Задание.**

В 2014 году Россия присоединилась к Международной рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака. Этому решению предшествовали активные усилия многих государственных и общественных деятелей и структур. Представьте себе, что вам предстоит организовать пресс-конференцию по антитабачной проблематике,

которая должна заинтересовать журналистов. Подготовьте приглашение для СМИ на пресс-конференцию.

### **Упражнение 3 «Приемы усиления информационного повода»**

#### **Задание.**

В 2015 году свой 20-летний юбилей отмечает крупная компания в сфере коммуникационных услуг «Ростелеком». Представьте себе, что вам предстоит организовать праздничный ужин, который должен заинтересовать журналистов. Подготовьте приглашение для СМИ на этот праздник.

### **Деловая игра «Пресс-конференция»**

#### **Задание**

1. Основываясь на изученном ранее материале, разбейте слушателей на несколько групп и предложите каждой из них составить пресс-анонс на актуальную тему. (события в Воронеже, премьеры, открытие выставок, кинопремьера, дни открытых дверей, визиты заслуженных людей, горячие новости, премии, конкурсы)
2. Проведите презентацию пресс-анонсов, выберите (посредством голосования всех слушателей с единственным ограничением – нельзя голосовать за собственный пресс-анонс) самый интересный.
3. Далее группа, выпустившая самый интересный пресс-анонс, становится организатором пресс-конференции. Ей предлагается перейти в другое помещение и подумать о том, как они будут выступать перед журналистами. (нюсмейкер, ведущий, эксперты – таблички с именами и должностями)
4. Остальным группам предлагается посетить пресс-конференцию в качестве журналистов, причем роли между ними распределяются следующим образом:
  - журналисты – заведомые сторонники структуры, проводящей пресс-конференцию;
  - журналисты – оппоненты структуры, проводящей пресс-конференцию;
  - журналисты, задающие вопросы не по теме пресс-конференции;
  - журналисты, задающие много вопросов подряд или вступающие в длинный диалог с модератором;
  - персоны, пришедшие на пресс-конференцию в целях самовыражения;
5. Дайте старт пресс-конференции и не вмешивайтесь в ее проведение в течении 30-минут.

После проведения пресс-конференции проведите разбор, задавая следующие вопросы:

- сколько человек сажать в президиум?, представились ли организаторы пресс-конференции?

**Ответ:** Отправной показатель – это распределение ролей на пресс-конференции. С организаторской точки зрения их три: нюсмейкер, ведущий и эксперт

**Ньюсмейкер** – предполагает ответственность за информацию как таковую,

**Ведущий** – за процедуру ведения пресс-конференции

**Эксперт** – за информационный архив.

Первая и третья роли могут совмещаться или разделяться, когда менее авторитетные по статусу, но хорошо информированные по существу проблемы специалисты сидят рядом с основным нюсмейкером или даже в зале и в случае необходимости дополняют его ответы на вопросы. Первую и вторую роли целесообразно всегда разделять. Кроме того, организаторы пресс-конференции обязаны представиться персонально.

#### **Что делать, если задают по 3-4 вопроса?**

**Ответ:** Устроители пресс-конференции вправе объявить любой регламент ее проведения, т.е. если вы предполагаете большое количество вопросов, скажите в самом начале: Мы знаем, что число журналистов, желающих задать вопросы велико, а время пресс-конференции ограничено. Поэтому просим вас задавать только по одному вопросу. В дальнейшем, когда последуют попытки нарушить регламент, вы будете нейтрализовать их фразой: «Мы договорились задавать по одному вопросу».

**Как поступать, если вместо вопроса следует «самовыражение» журналиста или другого участника пресс-конференции, например такое:** «Пользуясь случаем, я хотел бы вам сказать...?!»



**Ответ:** Можно остановить монолог разъяснением того, что форма пресс-конференции не предполагает дискуссии или даже обмена мнениями. Еще лучше произнести короткую фразу: «Сформулируйте пожалуйста ваш вопрос».

**Как регулировать порядок вопросов?**

**Ответ:** Очередностью поднятых журналистами рук или поступившими записками.

**Как быть, если вопросов нет совсем?**

**Ответ:** Можно заранее попросить знакомых журналистов задать какие-нибудь вопросы. Или поручить то же самое сотрудникам вашей организации. Наконец, можно произнести фразу типа: Перед пресс-конференцией нам было передано несколько записок с вопросами.

**Насколько корректно и эффективно организаторы пресс-конференции вели себя с «чужими» журналистами.**

### **Обсуждение в группе тематического фильма**

*Вопросы для обсуждения:*

1. Сравнение эффективности предвыборных действий.
2. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью.
3. Сравнение эффективности предвыборных действий.

### **Тема 3 Связь с общественностью как реализация принципов открытости и доступности власти**

Форма текущего контроля – опрос, тест, презентация, диспут

Вопросы для опроса

1. Виды PR – кампаний
2. Организационные структуры государственного PR
3. PR – методы повышения уровня легитимности
4. Формирование корпоративной этики
5. Специфика управления коммуникациями в условиях кризиса.
6. Типы средств массовой информации и их влияние на общественное мнение.
7. Понятие общественного мнения и его основные разновидности.

#### **Примерные темы для презентации**

1. Проблемы и методы изучения общественного мнения.
2. Направления благотворительной деятельности.
3. Организация рекламной кампании.
4. Перспективы развития практики PR.

#### **Темы для диспута:**

1. Административные способы ограничения свободы слова.
2. Формирование и использование общественного мнения
3. Значение благотворительности во внешнеэкономической деятельности.
4. Работа специалиста по PR с чиновниками.

**Тест:** по теме «PR и общественное мнение»

#### **1. Общественное мнение – это...**

- а) совокупность общественных взглядов по определенному вопросу, полученных в результате опросов, на собраниях
- б) сумма индивидуальных мнений по тому или иному поводу
- в) результаты проведенного анкетирования или опроса

#### **2. Суждения приобретают статус общественного мнения, если...**

- а) распространены в Интернете
- б) обсуждаются в коллективе
- в) публично высказаны и распространены

**3. При каком условии может быть успешным формирование общественного мнения?**

- а) при условии определения аудитории потребителей
- б) при создании доброжелательной атмосферы рыночного взаимодействия
- в) при условии правильной подачи информации

**4. Происхождение термина «общественное мнение» связано...**

- а) с обсуждением разных вопросов жизни государства на городских площадях
- б) с призывом князя на престол для объявления мира или войны
- в) с появлением информационных бюллетеней

**5. Кто в начале XX века впервые полно исследовал социальную значимость общественного мнения?**

- а) Ю. Хабермас
- б) Л. Джордж
- в) У. Липпман

**6. Деятельность специалистов ПР представляет собой комплекс координированных действий по формированию общественного мнения, направленных на то, чтобы...**

- а) фирма могла утвердиться в деловом мире
- б) изменить мнение и поведение людей в свою пользу
- в) добиться превосходства над конкурентами

**7. Функция общественного мнения, характеризующаяся тем, что общественность выносит решения по тем или иным проблемам социальной жизни?**

- а) оценочная
- б) директивная
- в) консультативная

**8. При проведении исследований в городе количество опрашиваемых должно составлять...**

- а) 1-1,5% от общей численности населения
- б) 5% от общей численности населения
- в) 10% от общей численности населения

**9. Мнение может быть:**

- а) нейтральным
- б) положительным
- в) отсутствующим

**10. Какая из функций общественного мнения реализуется через оценку каналов выражения?**

- а) оценочная
- б) информационная
- в) аналитическая

**11. Задачей коммуникативного аудита является...**

- а) осмысление согласованностей, возникающих при коммуникации между руководством организации и целевыми группами населения
- б) выяснить установки и мнения людей
- в) методы, не требующие вмешательства в работу объектов исследования

**12. Выборка, анкета, интервью, анализ результатов является элементами...**

- а) неформальных исследований
- б) социальных исследований
- в) коммуникативного аудита

**13. Выборки могут быть:**

- а) случайными
- б) неслучайными
- в) первичными
- г) вторичными

**14. Квотные выборки являются разновидностью...**

- а) случайного отбора
- б) специального отбора
- в) неслучайного отбора

**15. Неструктурированные выборки, рассчитанные на то, чтобы уточнить мнение – это...**

- а) квотные выборки

- б) пригодные выборки
- в) кластерные выборки

**16. Предварительно выяснить проблему для ее дальнейшего изучения - главная функция...** а) группового интервью

- б) анкеты
- в) опроса

**17. Заключительным этапом исследования общественного мнения является...**

- а) опрос
- б) подведение итогов
- в) анализ

**18. Сформированное отношение человека к чему-либо – это...**

- а) точка зрения
- б) мнение
- в) принцип

**19. Систематическое распространение сообщений через СМИ с целью информирования и оказания воздействия на оценки, мнения и поведение людей – это...**

- а) общественное мнение
- б) коммуникация
- в) массовая коммуникация

**20. Контингент людей, организаций, с которыми работает или может соприкасаться предприятие в силу специфики своей деятельности – это**

- а) внутренняя общественность
- б) внешняя общественность
- в) собственная общественность

**21. К какому государству относится фраза «Глас народа – глас Божий»?**

- а) Древний Рим
- б) Древняя Греция
- в) Вавилон

**22. Общественность – это...**

- а) сотрудники предприятия, объединенные служебными отношениями, подчиняющиеся служебной дисциплине
- б) группа людей, сложившаяся под влиянием определенных обстоятельств, осознающих проблемность ситуации и реагирующих на нее одинаковым образом
- в) многочисленная группа потребителей, СМИ, участники политических партий, движений
- г) любые группы, которые проявляют реальный интерес к организации или оказывают влияние на ее способность достигать поставленных целей

**23. Отношение к тем или иным проблемам или фактам – это...**

- а) оценочное мнение
- б) конструктивное мнение
- в) общественное мнение

#### Шкала оценивания

(при общем количестве вопросов в контрольном задании – 23)

Количество правильных ответов	1-8	9-13	14-19	20-23
Оценка	2	3	4	5

**4.1.2.** Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится в два этапа: на первом этапе контролируются теоретические знания студентов посредством устного ответа на вопросы зачета; на втором этапе выполняется творческое задание и проверяется способность составления пресс-релиза и разработки PR-проекта в виде презентации

#### 4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Материалы приведены в пункте 4.1.1.

#### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

**Задание 1.** Написать пресс-релиз

**Задание 2** Составить план проведения пресс-конференции

**Задание 3** Подготовить PR – проект «Презентацию» (по выбору - события, мероприятия, продукта, услуги)

#### Вопросы для проведения зачета

1. Продемонстрируйте знание и понимание сущности и принципов связей с общественностью.
2. Продемонстрируйте знание и понимание механизма управления связями с общественностью на предприятии (организации).
3. Продемонстрируйте знание и понимание понятий: предмет, структура и основные функции общественных отношений.
4. Продемонстрируйте знание и понимание понятия «презентации», их цели и особенности проведения.
5. Продемонстрируйте знание и понимание правил подготовки конференции»
6. Продемонстрируйте знание и понимание основ взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью.
7. Продемонстрируйте знание и понимание понятия «Пресс-конференция», ее назначение и правила подготовки к проведению.
8. Продемонстрируйте знание и понимание роли и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
9. Продемонстрируйте знание и понимание необходимости защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью.
10. Продемонстрируйте знание и понимание ответственности за нарушение правил защиты конфиденциальной информации, ее незаконное получение и использование.
11. Продемонстрируйте знание и понимание основных причин возникновения кризисных ситуаций на предприятиях и в организациях.
12. Продемонстрируйте знание и понимание роли профилактики возникновения кризисных ситуаций при установлении связей с общественностью.
13. Продемонстрируйте знание и понимание специфики управления коммуникациями в условиях кризиса.
14. Продемонстрируйте знание и понимание правил организации избирательных кампаний.
15. Продемонстрируйте знание и понимание целей службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.
16. Продемонстрируйте знание и понимание правового обеспечения выборов.
17. Продемонстрируйте знание и понимание правил общения с избирателями.
18. Продемонстрируйте знание и понимание специфики PR в предвыборной кампании.
19. Продемонстрируйте знание и понимание роли предвыборной работы с электоратом
20. Продемонстрируйте знание и понимание роли «черного PR».
21. Продемонстрируйте знание и понимание значения благотворительности во внешнеэкономической деятельности
22. Продемонстрируйте знание и понимание направлений благотворительной деятельности.
23. Продемонстрируйте знание и понимание способов современной цензуры.
24. Продемонстрируйте знание и понимание значения использования общественного мнения.
25. Продемонстрируйте знание и понимание роли PR в органах власти.
26. Продемонстрируйте знание и понимание работы специалиста по PR с чиновниками.
27. Продемонстрируйте знание и понимание значения пресс-службы в органах власти.
28. Продемонстрируйте знание и понимание понятия « общественное мнение» и его основных разновидностей.
29. Продемонстрируйте знание и понимание структуры общественного мнения.

30. Продемонстрируйте знание и понимание функции общественного мнения.

#### **4.4. Методические материалы**

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций определены «Порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов в Воронежском филиале федерального государственного бюджетного образовательного учреждения «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» от 01.09.2016 № 114-217/1.

##### **Шкала оценивания**

Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации, шкалы и процедуры оценивания определены приказом от 09 сентября 2016 года № 114-228/1 «Порядок применения балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся в Воронежском филиале РАНХиГС».

#### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Методические указания для обучающихся по подготовке к текущему контролю успеваемости приведены в пособии «Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов» (издано на кафедре МОСС).

#### **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения дисциплины**

##### **6.1. Основная литература**

1. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти.. – М.: Инфра-М, 2014. – 190 с.

##### **6.2. Дополнительная литература**

1. Докторов Б.З. Первопроходцы мира мнений от Гэллага до Грушина. - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2005. – 239с.
2. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. – Изд-во: Центр, 2004. – 336с.
3. Чумиков А.Н, Бочаров М.П. Связи с общественностью: Теория и практика. – М.: Дело, 2007. – 551с.
4. Просянюк Д. Роль средств массовой информации в формировании образа России// Проблемы теории и практики управления - 2014. - № 3 - С. 109 (фонд библиотеки)

##### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

1. Назаренко Н.Н., Потанина И.В. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов, учебно-методическое пособие, Воронеж: ВФ РАНХиГС – 2016.

##### **6.4. Нормативно-правовые документы**

1. Федеральный закон "О государственной гражданской службе Российской Федерации" от 27.07.2004 N 79-ФЗ (последняя редакция)

2. Федеральный закон РФ №2124-1 «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г.
3. Федеральный закон "О муниципальной службе в Российской Федерации" от 02.03.2007 N 25-ФЗ (последняя редакция)
4. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. Приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211).
5. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. Приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211).
6. «Порядок применения балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся в Воронежском филиале РАНХиГС», утвержденный приказом от 09 сентября 2016 года № 114-228/1.

#### 6.5. Интернет-ресурсы

1. <http://www.biblioclub.ru> «Университетская библиотека онлайн»
2. Куб — электронная библиотека <http://www.koob.ru/>
3. <http://www.pedlib.ru/>
4. <http://library.evro-bit.ru/>
5. <http://www.klex.ru/11m>

#### 6.6. Справочные системы

1. Консультант плюс
2. Гарант

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

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются: аудиторный фонд; компьютерный класс с возможностью доступа к справочно-поисковым системам информационно-правового обеспечения и с установленной программой для компьютерного тестирования знаний студентов по темам дисциплины; специализированная аудитория с ПК и мультимедийным проектором; библиотечно-информационные ресурсы.

В учебном процессе используются следующие программные продукты: Microsoft Word, MS PowerPoint, Internet – Explorer.