

**Приложение 2 к РПД Связи с общественностью в органах власти**  
**38.03.04 Государственное и муниципальное управление**  
**Направленность (профиль) – Государственное и муниципальное управление**  
**Форма обучения – заочная**  
**Год набора - 2015**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ**  
**АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**1. Общие сведения**

1.	Кафедра	Экономики, управления и социологии
2.	Направление подготовки	38.03.04 Государственное и муниципальное управление
3.	Направленность (профиль)	Государственное и муниципальное управление
4.	Дисциплина (модуль)	Связи с общественностью в органах власти
5.	Форма обучения	заочная
6.	Год набора	2015

**2. Перечень компетенций**

<ul style="list-style-type: none"><li>- способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);</li><li>- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)</li><li>- способностью эффективно участвовать в групповой работе на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-19).</li></ul>
--

### 3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
<i>Сущность и эволюция связей с общественностью в органах власти</i>	ОПК-2 ОПК-4 ПК-19	- содержание, цели и задачи PR-деятельности публичной власти, возможности и ограничения ее применения	- собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство	- практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью	Тест
<i>Организация работы со средствами массовой информации</i>	ОПК-2 ОПК-4 ПК-19	- 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	- объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений - собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство	- 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-мероприятий	Тест
<i>Особенности работы с интернет-коммуникациями</i>	ОПК-2 ОПК-4 ПК-19	- 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	- объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений - собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство	- 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	Тест
<i>Внеширкорпоративная деятельность связей с общественностью в органах власти</i>	ОПК-2 ОПК-4 ПК-19	- принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом	- анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; - объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений	- практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью - технологиями по проектированию, организации различных видов	Тест

		- способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения	- собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство	диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества - навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей - навыками разработки и реализации PR-мероприятий	
<i>Формирование имиджа</i>	ОПК-2 ОПК-4 ПК-19	- 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	- собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство	- практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью - навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей	Тест
<i>Особенности PR-деятельности в партиях, общественно-политических движениях и избирательных кампаниях</i>	ОПК-2 ОПК-4 ПК-19	- 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	- анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; - собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство	- навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей - навыками разработки и реализации PR-мероприятий	Тест

#### 4. Критерии и шкалы оценивания

##### Тест

Процент правильных ответов	До 30	31-60	61-80	81-100
Количество баллов за решенный тест	1	4	6	10

#### 5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

##### 5.1. Типовое тестовое задание

1. Впервые термин Public Relations употребил
  - а) Т. Джефферсон
  - б) А. Ли
  - в) С. Блэк
  - г) Т. Рузвельт
2. Определение связей с общественностью как «искусства и науки достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности» дал:
  - а) Сэм Блэк
  - б) Эдвард Бернейз
  - в) Алан Пейдж
  - г) Айви Ли
3. Паблисити – это:
  - а) лоббирование
  - б) создание популярности, известности личности или организации
  - в) мониторинг средств массовой информации
  - г) работа по изучению общественного мнения
4. В функции управления общественными отношениями НЕ входит:
  - а) игнорирование общественного мнения
  - б) контроль мнения и поведения общественности
  - в) реагирование на общественность
  - г) изучение общественного мнения
5. Пропаганда чаще всего понимается как:
  - а) деятельность по установлению взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью
  - б) усилия, направленные на согласование интересов с отдельными группами общественности
  - в) деятельность, направленная на изменение ценностей, взглядов, убеждений реципиента, чтобы добиться определенных целей
  - г) деятельность, направленная на формирование общественного мнения
6. Заявленная идеальная позиция, которую persona или организация спланировали и намереваются продвигать в целевые группы, это:
  - а) PR-имидж
  - б) PR-цель
  - в) PR-тактика
  - г) PR-технология
7. Воспринятая аудиторией действительная PR –позиция - это:
  - а) репутация
  - б) имидж
  - в) образ

- г) статус
8. В схему Грюнинга и Ханта о четырех коммуникационных моделях НЕ входит:
- односторонняя симметричная модель
  - пропагандистская модель
  - «журналистская» модель
  - двухсторонняя ассиметричная модель
9. В чем состоит отличие PR от рекламы?
- нацелен на долгосрочные отношения с целевой аудиторией
  - ориентирован на привлечение внимания потенциального потребителя услуг
  - имеет односторонний характер
  - имеет некоммерческий характер
10. Газеты различаются на местные, региональные, общенациональные, областные, городские, районные по ...
- периодичности выхода
  - масштабам охвата
  - типу носителей
  - целевому назначению

**Ключ к ответам:** 1-а), 2-а), 3-б), 4-а), 5-в), 6-а), 7-а), 8-а), 9-а), 10-б)

## 5.2. Вопросы к зачету

- Сущность и эволюция связей с общественностью
- Необходимость и значение связей с общественностью в органах власти
- Место связей с общественностью в органах власти
- Цели и принципы связей с общественностью в органах власти
- Функции и задачи связей с общественностью в органах власти
- Планирование деятельности отдела по связям с общественностью в органах власти
- Аналитическая работа отдела по связям с общественностью в органах власти
- PR в системе коммуникаций: понятие, типы, функции и модели коммуникаций, место PR в коммуникационных технологиях
- Понятие и типология общественности, выбор приоритетных групп общественности в PR-деятельности
- Общественное мнение в PR-деятельности органов власти: сущность, изучение, учет и формирование
- Современные задачи информационной политики госструктур
- PR-деятельность политических партий и общественно-политических движений
- Особенности проведения избирательной кампании
- Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления
- Организация PR-деятельности в администрации муниципального образования
- Особенности взаимодействия с различными видами СМИ
- PR-деятельность в переговорном процессе
- PR-деятельность в условиях конфликтов и кризисов
- Противодействие негативной информации СМИ органами власти
- Особенности работы с интернет-коммуникациями: организация и ведение официального сайта
- Особенности работы с интернет-коммуникациями: работа с блогами
- Особенности работы с интернет-коммуникациями: работа с социальными сетями
- Внешнекорпоративные связи с общественностью в органах государственной власти: работа с общественностью и целевыми аудиториями
- Внешнекорпоративные связи с общественностью в органах государственной власти: работа с внешними организациями

25. Внешнекорпоративные связи с общественностью в органах государственной власти: организация и проведение специальных мероприятий
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

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.04 Государственное и муниципальное управление**  
**Направленность (профиль) «Государственное и муниципальное управление»**

(код, направление, профиль)

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА**

Шифр дисциплины по РУП		<b>Б1.В.ОД.15</b>					
Дисциплина		<b>Связи с общественностью в органах власти</b>					
Курс	<b>4</b>	семестр	<b>8</b>				
Кафедра		<b>Экономики, управления и социологии</b>					
Ф.И.О. преподавателя, звание, должность		<b>Куршева В.С., ст. преподаватель</b>					
Общ. трудоемкость <sub>час/ЗЕТ</sub>		<b>108/3</b>	Кол-во семестров	<b>2</b>	Форма контроля	<b>зачет</b>	
ЛК <sub>общ./тек. сем.</sub>	<b>4/-</b>	ПР/СМ <sub>общ./тек. сем.</sub>	<b>6/-</b>	ЛБ <sub>общ./тек. сем.</sub>	<b>-</b>	СРС <sub>общ./тек. сем.</sub>	<b>94/32</b>

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**

- способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- способность эффективно участвовать в групповой работе на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-19).

Код формируемой компетенции	Содержание задания	Количество мероприятий	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
<i><b>Вводный блок</b></i>				
Не предусмотрен				
<i><b>Основной блок</b></i>				
ОПК-2, ОПК-4, ПК-19	Тест	6	60	В течение сессии
<b>Всего:</b>			<b>60</b>	
ОПК-2, ОПК-4, ПК-19	Зачет		1 вопрос - 20 2 вопрос - 20	По расписанию
<b>Всего:</b>			<b>40</b>	
<b>Итого:</b>			<b>100</b>	
<i><b>Дополнительный блок</b></i>				
ОПК-2, ОПК-4, ПК-19	Составление тестовых заданий		5	По согласованию с преподавателем
ОПК-2, ОПК-4, ПК-19	Составление глоссария		5	По согласованию с преподавателем
<b>Всего:</b>			<b>10</b>	

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы МАГУ: «2» - 60 баллов и менее, «3» - 61-80 баллов, «4» - 81-90 баллов, «5» - 91-100 баллов.