

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ярошенко Федор Ильич

Должность: проректор по учебно-методической деятельности

Дата подписания: 09.06.2026 08:56:59

Уникальный программный ключ: **МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ**
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

УТВЕРЖДЕНО
Председатель УМС
факультета государственной
культурной политики
Единак А. Ю.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ

Направление подготовки *38.03.04 Государственное и муниципальное управление*

Профиль *Государственное и муниципальное управление в социально-культурной сфере*

Квалификация (степень. – бакалавр

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов.*

Раздел 1. Перечень компетенций

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)..

Компетенция (код и наименование).	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной форме</p>	<p>УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении на государственном языке РФ и иностранном(-ых) языках, в том числе с использованием средств информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)</p>	<p>Знать: о сущности языка как универсальной знаковой системы в контексте выражения мыслей, чувств, волеизъявлений; формы речи (устной и письменной); особенности основных функциональных стилей; языковой материал (лексические единицы и грамматические структуры) русского и иностранного языка (иностранных языков, при включении образовательной организацией в образовательную программу изучения нескольких иностранных языков), необходимый и достаточный для общения в различных средах и сферах речевой деятельности; морфологические, синтаксические и лексические особенности с учетом функционально-стилевой специфики изучаемого иностранного языка.</p>
		<p>Уметь: ориентироваться в различных речевых ситуациях; адекватно реализовать свои коммуникативные намерения; воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных аутентичных политических, публицистических (медийных) и прагматических текстов на иностранном языке, различных типов речи, выделять в них значимую информацию;</p> <p>понимать основное содержание иноязычных научно-популярных и научных текстов, блогов/веб-сайтов; детально понимать иноязычные общественно-политические, публицистические (медийные) тексты, а также письма личного характера; выделять значимую информацию из прагматических иноязычных текстов справочно-информационного и рекламного характера; делать сообщения и выстраивать монолог на иностранном языке; заполнять деловые бумаги на иностранном языке; вести на иностранном языке запись основных</p>

		мыслей и фактов (из аудиотекстов и текстов для чтения), запись тезисов устного выступления / письменного доклада по изучаемой проблеме; вести основные типы диалога, соблюдая нормы речевого этикета, используя основные стратегии; поддерживать контакты по электронной почте; оформлять Curriculum Vitae/ Resume и сопроводительное письмо, необходимые при приеме на работу; выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций, информационных буклетов, рекламных листовок, коллажей, постеров и т.д.) с учетом межкультурного речевого этикета.
		Владеть: системой изучаемого иностранного языка как целостной системой, его основными грамматическими категориями; системой орфографии и пунктуации; жанрами устной и письменной речи в разных коммуникативных ситуациях профессионально-делового общения; основными способами построения простого, сложного предложений на русском и иностранном языках.
ОПК -7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	ОПК-7.1 Осуществляет внутриорганизационные и межведомственные коммуникации в сфере публичного управления, а также коммуникации с негосударственными институтами, средствами массовой информации и гражданами. ОПК-7.2 Использует современные методы, формы и каналы коммуникации в сфере публичного управления	Знать: - принципы формирования внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций, специфику взаимодействия с общественностью в сфере публичного управления; - перечень и возможности применения методов, форм и каналов коммуникаций в сфере публичного управления .
		Уметь: применять на практике технологии связей с общественностью в сфере публичного управления;

		- использовать современные методы, формы и каналы коммуникации в сфере публичного управления.
		Владеть: навыками и приемами внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций; - навыками и приемами использования методов, форм и каналов в сфере публичного управления.

Раздел 2. Типовые и оригинальные контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (оценочные средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

Индикаторы достижения компетенции, соотношенные дисциплиной результаты изучения дисциплины (по этапам формирования знания, умения и навыка и (или) опыта деятельности) в соответствии с разделом 2 ФОС	части с – изучения знания, и опыта в с	Раздел дисциплины в соответствии с Рабочей программой дисциплины (раздел 4)	Средство оценивания достижения компетенции в соответствии с Рабочей программой дисциплины (раздел 6)	Показатель оценивания	Критерии оценивания и оценочная шкала
УК-4					
Знать: : о сущности языка как универсальной знаковой системы в контексте выражения мыслей, чувств,		Тема 1. Сущность связей с общественностью и их специфика в органах власти. Модели связей с общественностью	Опросы, тесты, кейс-задачи, доклады	Воспроизведение обучающимся теоретического	Полнота ответа, глубина проработки

<p>волеизъявлений; формы речи (устной и письменной); особенности основных функциональных стилей; языковой материал (лексические единицы и грамматические структуры) русского и иностранного языка (иностранных языков, при включении образовательной организацией в образовательную программу изучения нескольких иностранных языков), необходимый и достаточный для общения в различных средах и сферах речевой деятельности; морфологические, синтаксические и лексические особенности с учетом функционально-стилевой специфики изучаемого иностранного языка</p>			<p>материала по теме</p>	<p>материала</p>
<p>Уметь: ориентироваться в различных речевых ситуациях; адекватно реализовать свои коммуникативные намерения; воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных аутентичных политических, публицистических (медийных) и прагматических текстов на иностранном языке, различных типов речи, выделять в них</p>	<p>Тема 5. Особенности взаимодействия PR-структур органов власти с целевыми аудиториями</p>	<p>Опросы, тесты, кейс-задачи, доклады</p>	<p>Самостоятельное применение обучающим умения на практике</p>	<p>Правильность, полнота и решения задачи количество выполненных заданий</p>

значимую информацию;
понимать основное содержание иноязычных научно-популярных и научных текстов, блогов/веб-сайтов; детально понимать иноязычные общественно-политические, публицистические (медийные) тексты, а также письма личного характера; выделять значимую информацию из прагматических иноязычных текстов справочно-информационного и рекламного характера; делать сообщения и выстраивать монолог на иностранном языке; заполнять деловые бумаги на иностранном языке; вести на иностранном языке запись основных мыслей и фактов (из аудиотекстов и текстов для чтения), запись тезисов устного выступления / письменного доклада по изучаемой проблеме; вести основные типы диалога, соблюдая нормы речевого этикета, используя основные стратегии; поддерживать контакты по электронной почте; оформлять Curriculum Vitae/ Resume и сопроводительное письмо, необходимые при приеме на работу; выполнять письменные проектные задания (письменное оформление

<p>презентаций, информационных буклетов, рекламных листовок, коллажей, постеров и т.д.) с учетом межкультурного речевого этикета.</p>				
<p>Владеть: системой изучаемого иностранного языка как целостной системой, его основными грамматическими категориями; системой орфографии и пунктуации; жанрами устной и письменной речи в разных коммуникативных ситуациях профессионально-делового общения; основными способами построения простого, сложного предложений на русском и иностранном языках..</p>	<p>Тема 6. Особенности подготовки и проведения пресс- конференций, брифингов и пресс-туров в органах государственной власти</p>	<p>экзамен</p>	<p>Воспроизведение обучающимся теоретического материала</p>	<p>Правильность и полнота ответов</p>
<p>ОПК- 7</p>				
<p>Знать: - принципы формирования внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций, специфику взаимодействия с общественностью в сфере публичного управления;</p> <p>- перечень и</p>	<p>Тема 1. Сущность связей с общественностью и их специфика в органах власти.</p> <p>Тема 2. Правовое регулирование деятельности служб по связям с общественностью в органах государственной власти.</p>	<p>Опрос, тестирование, задачи</p>	<p>Воспроизведение обучающимся теоретического материала по теме,</p>	<p>Полнота ответа, глубина проработки и материала</p>

возможности применения методов, форм и каналов коммуникаций в сфере публичного управления .				
<p>Уметь: применять на практике технологии связей с общественностью в сфере публичного управления;</p> <p>- использовать современные методы, формы и каналы коммуникации в сфере публичного управления.</p>	Тема 3. Особенности организации и функционирования служб по связям с общественностью в органах власти	Опрос, доклады, выполнение практически х заданий, задачи, кецс-задачи	Самостояте льное применение обучающим ся умений на практике	Корректно сть рассужден ий, правильно сть и количество выполненн ых заданий
	Тема 4. Структура и принципы организации современной пресс- службы			
	Тема 5. Особенности взаимодействия PR- структур органов власти с целевыми аудиториями			
<p>Владеть: навыками и приемами внутриорганизационны х и межведомственных коммуникаций;</p> <p>- навыками и приемами использования методов, форм и каналов в сфере публичного управления.</p>	Тема 6. Особенности подготовки и проведения пресс- конференций, брифингов и пресс-туров в органах государственной власти	Зачет, экзамен	Воспроизве дение обучающим ся теоретическ ого материала.	Полнота и правильно сть ответов
	Тема 7. Аналитическая работа в пресс-службе			

2.1. Задания репродуктивного уровня (*обучающиеся демонстрируют способность воспроизводить изученный материал*)

-УК-4

Темы рефератов

1. Основные правила установления и поддержания связей с общественностью.
2. Организация проведения выставок.
3. Приемы, их сущность, назначение и подготовка проведения.
4. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.
5. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.

6. Сущность и основные цели социальной рекламы.
7. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью.
8. Формирование корпоративной этики.
9. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.
10. Сравнение эффективности предвыборных действий.

Критерии оценки реферата

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>Отлично</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Новизна реферированного текста 2. Степень раскрытия сущности проблемы 3. Обоснованность выбора источников 4. Соблюдение требований к оформлению 	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 объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы
<i>Хорошо</i>		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 объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
<i>Удовлетворительно</i>		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.
<i>Неудовлетворительно</i>		тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

2.2. Задания реконструктивного уровня

(обучающиеся демонстрируют способность к анализу, синтезу, установлению причинно-следственных связей, самостоятельным выводам)

Пример тем для докладов (презентаций) реконструктивного типа на семинаре (на выбор):

ОПК-:7

1. Сущность понятия «черный PR».
2. Реклама и PR-кампании: соотношение понятий.
3. Объединения PR-специалистов в России и за рубежом.
4. Основные преимущества и недостатки профессии пресс-секретаря.
5. Особенности отделов по связям с общественностью в коммерческих, государственных и общественных структурах.
6. Профессиональные награды в области связей с общественностью.
- 7.7. Профессиональные объединения в сфере «связей с общественностью».
8. Международная сеть PR-агентств.
9. Анализ наиболее удачных PR-кампаний в мировой и отечественной практике.
10. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность в сфере связей с общественностью.
11. Понятие «общественное мнение».
12. Информационные агентства. Основные направления деятельности.
13. Имидж как средство воздействия на массы.
14. Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости.
15. Анализ имиджа известной политической персоны.
16. Оценка корпоративного имиджа.
17. Анализ методов и практических приемов, основанных на психологии массового сознания.
18. Анализ предвыборной стратегии ряда политических партий РФ.
19. Календарь мероприятий, реализуемых государственной организацией.
20. Приёмы конструирования новостной информации.

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>Отлично</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, 2. Раскрытие вопроса (проблемы), 3. Ознакомление студенческой аудитории с информацией (представление информации), 	<p><i>Ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами</i></p>
<i>Хорошо</i>	<ol style="list-style-type: none"> 4. Анализ и обобщение информации 5. Оформление доклада 6. Полные ответы на вопросы 	<p><i>Ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок</i></p>

	аудитории с примерами.	в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.
Удовлетворительно	5. ;	Ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.
Неудовлетворительно		Ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

Фонд тестовых заданий по компетенции

УК-4

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной форме

Задания с выбором нескольких ответов

УК -4; ОПК- 7

1. Укажите три наиболее распространенных типа PR-исследований:

- а. социологические исследования
- б. интервьюирование по телефону
- в. опросы
- г. анкетирование
- д. коммуникационный аудит
- е. неформальные исследования

2. Выберите правила построения анкеты:

- а. в анкету необходимо включать только те вопросы, которые помогут в достижении поставленной цели.
- б. в анкете рекомендуется использовать открытые вопросы
- в. в анкете рекомендуется использовать закрытые вопросы
- г. иногда следует формулировать предвзятые вопросы
- д. не следует формулировать предвзятые вопросы
- е. в целях экономии времени респондента следует объединять два разных вопроса в один
- ж. анкету необходимо апробировать

3. Социологические исследования состоят из четырех элементов:
- а. переписка
 - б. анкета
 - в. выборка**
 - г. диалог
 - д. интервью
 - е. анализ результатов
4. Существуют четыре типа случайных выборок.
- а. латентная выборка
 - б. репрезентативная выборка
 - в. выборка, сформированная путем кластерного отбора**
 - г. систематизированная случайная выборка
 - д. стратифицированная случайная выборка
 - е. простая случайная выборка
5. Из перечисленного, в основе разработки бюджета ПР-программы лежат:
- а. курс национальной валюты**
 - б. оценка стоимости и доступности ресурсов
 - в. оценка уровня ресурсов**
 - г. стоимость акций фирмы
6. Из перечисленного, к задачам ПР относятся:
- а. определение рекомендаций по созданию и совершенствованию имиджа организации**
 - б. оптимизация структуры управленческого аппарата
 - в. создание новых отделений организации в регионах
 - г. улучшение взаимопонимания между организацией и контактными аудиториями**
7. Из перечисленного, к нормам профессионального поведения, отраженным в Кодексе Института ПР, относятся:
- а. отказ от одновременного представления интересов конфликтующих сторон**
 - б. поддержание тесных контактов с редакциями ведущих СМИ
 - в. постоянный мониторинг теле- и радиопрограмм
 - г. своевременное опровержение сообщений, компрометирующих фирму
 - д. соблюдение конфиденциальности доверенной информации**
8. К функциям публичных рилейшнз относятся:
- а. реакция на общественность**
 - б. достижение доверительных и гармоничных отношений**
 - в. улучшение социально-экономических показателей
 - г. контроль мнения и поведения общественности
9. К принципам публичных рилейшнз относятся:
- а. интуитивность
 - б. комплексность**
 - в. эффективность**
 - г. экономичность

Критерии оценивания:

Все ответы верны – 1 балла

50 и выше % ответов верны – 0.5 балла

Менее 50% ответов верны – 0 баллов.

1. Соотнесите направления и задачи, которые четко разграничивают зоны ответственности в коммуникационном плане:

а.реклама

б.ПР информации

в.маркетинговые мероприятия

1. поддержание продаж

2. распространение контролируемой

3. создание положительной репутации

Правильные ответы:

а	б	в
2	3	1

2. Соотнесите мероприятия PR и их применение.

а) круглый стол

б) брифинг

в) пресс-конференции

1. встреча представителя футбольной сборной с журналистами с целью сообщить о планах на будущий сезон

2. очередной выпуск программы «Времена» Познера, обсуждение вопроса о политических партиях

3. встреча представителей управления образования и санэпидемстанции с журналистами по проблеме отравлений в общеобразовательных учреждениях

Правильные ответы:

а	б	в
2	3	1

Критерии оценивания:

Все ответы верны – 1 балла

50 и выше % ответов верны – 0.5 балла

Менее 50% ответов верны – 0 баллов.

Задания на установление последовательности

УК-4

1. Из перечисленного, правильной последовательностью элементов коммуникационной цепи

а. кодирование

б. сообщение

в. источник

г. декодирование

д. получатель

Правильные ответы:

А	Б	В	Г	Д
2	3	1	4	5

1. Установите правильную последовательность структурных элементов публичных рилейшнз:

а. исследование и оценка

- б. анализ проблемы
- в. общение
- г. разработка программы

Правильные ответы:

А	Б	В	Г
4	1	3	2

3. Установите правильную последовательность этапов подготовки публичного выступления:

- а. постановка цели
- б. составление конспекта речи
- в. выбор или предварительное знакомство с помещением
- г. оценка состава аудитории

Правильные ответы:

А	Б	В	Г
1	3	4	2

Критерии оценивания:

- Все ответы верны – 1 балла
- 50 и выше % ответов верны – 0.5 балла
- Менее 50% ответов верны – 0 баллов.

**Упражнение
УК-4**

Задание 1.

Игра «Испорченный телефон». Три студента – участника игры выходят из аудитории. Один из двух оставшихся говорит другому несколько фраз, причём задачей последнего является не только запомнить максимальное количество переданной информации, но и запомнить интонацию, тембр, громкость сообщения. Затем второй студент транслирует сообщение приглашённому в аудиторию третьему студенту, тот – четвёртому, четвёртый – пятому. Затем пятый студент воспроизводит дошедшие до него фрагменты сообщения и зачитывает первоначальный текст. Студентам предлагается определить природу коммуникационного барьера, заблокировавшего прохождение большого массива информации, и высказаться о том, какие фрагменты информации были утеряны, а какие сохранились, и почему.

Оценка:

Игроки получают по одному баллу, если их ответы совпадают с первым словом или предыдущим ответом. Ещё один балл начисляется, если последний ответ совпадает с первым словом игрока.

Выигрывает тот, кто набрал больше всего баллов.

ОПК -7

ОПК -7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

Задания с выбором одного правильного ответа

1. Что является основной целью PR в органах власти?
а. продвижение политических партий
б. формирование и поддержание доверительных отношений между государством и обществом
в. организация избирательных кампаний
г. проведение рекламных акций
2. Какой канал коммуникации наиболее эффективен для оперативного информирования граждан о решениях власти?
а. печатные СМИ
б. официальные сайты и социальные сети органов власти
в. наружная реклама
г. радиовещание
3. Что такое "обратная связь" в системе государственных коммуникаций?
а. критика оппозиции
б. механизм получения реакции общества на действия власти для корректировки политики
в. отчеты перед вышестоящим руководством
г. внутренние совещания
4. Какой PR-инструмент используется для разъяснения гражданам новых законов и программ?
а. политическая агитация
б. информационные кампании в СМИ и интернете
в. предвыборные дебаты
г. лоббистская деятельность
5. Что такое "кризисные коммуникации" в государственном управлении?
а. ежедневные брифинги
б. управление информацией в чрезвычайных ситуациях для минимизации reputational damage
в. секретные переговоры
г. внутренние расследования
6. Какой принцип является основополагающим для государственного PR?
а. коммерческая выгода
б. прозрачность и открытость деятельности органов власти
в. конфиденциальность
г. политическая целесообразность
7. Что такое "гражданское общество" в контексте взаимодействия с властью?
а. оппозиционные партии
а. совокупность неполитических организаций, выражающих интересы граждан
б. государственный аппарат
в. законодательные органы
8. Какой показатель эффективности государственного PR является наиболее важным?
а. количество упоминаний в СМИ

б.уровень доверия граждан к власти

в.бюджет на коммуникации

г.число проведенных мероприятий

9. Что такое "информационная открытость" органов власти?

а.работа со СМИ

б.обеспечение доступа граждан к информации о деятельности госорганов

в.проведение пресс-конференций

г.публикация годовых отчетов

10. Что такое "имидж государства"?

а.внешняя торговля

б.совокупность представлений о стране в национальном и международном общественном мнении

в.государственная символика

г.туристический потенциал

Ответ верен – 0,5 балла

Ответ неверен – 0 баллов

Задания на установление соответствия

ОПК- 7

2. Установите соответствие между перечисленными функциями службы по связям с общественностью в органах власти и их содержанием:

А. Аналитическая

1. Определение основных направлений политики, целей и методов коммуникаций с адресными группами общественности

Б. Планирования

2. Изучение мнений различных слоев населения, мониторинг актуальной ситуации и разработка на их основе рекомендаций по корректировке политики администрации

В. Административная

3. Разработка организационных принципов PR-службы и управление ею

Г. Координирующая

4. Контакты со СМИ, подготовка мероприятий и их проведение, разработка материалов для выступлений руководства

Д. Производственная

5 . Налаживание контактов с другими структурами, с лидерами общественного мнения, гражданскими формированиями, информирование руководства о результатах этой деятельности

Правильные ответы:

А	Б	В	Г	Д
2	1	3	5	4

2.Соотнесите этапы становления связей с общественностью в России с событиями:

а. 1 этап

1. проведение первых информационных кампаний

б. 2 этап

2. открытие представительств международных агентств ПР

в. 3 этап

3. внедрение ПР в практику избирательных кампаний

Правильные ответы:

а	б	в
2	1	3

Критерии оценивания:

Все ответы верны – 1 балла

50 и выше % ответов верны – 0.5 балла

Менее 50% ответов верны – 0 баллов.

Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа и обоснованием выбора

-ОПК- 2

1. Планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и под держание доброжелательных отношений между организацией и ее общественностью» — это:

- а. маркетинг
- б. паблик рилейшнз
- в. пропаганда
- г. реклама

Ответ : б

Обоснование : PR (пиар, паблик рилейшнз) — это комплексная деятельность, направленная на выстраивание долгосрочных и взаимовыгодных отношений между организацией и различными контактными группами. В отличие от рекламы, которая нацелена на прямое продвижение товаров и услуг в маркетинге, PR фокусируется на формировании позитивного имиджа, создании благоприятной репутации и укреплении доверия к бренду и организации

2. В процессе коммуникации информация передается невербальными средствами (жестами, мимикой и пр.) на:

- а. 20%
- б. 38%
- в. 55%
- г. 75%

Ответ: в

Обоснование : эта оценка в 55% невербальных средств (жесты, мимика) основана на исследованиях психолога **Альберта Мейерабиана**, в которых анализировалось влияние на восприятие эмоций при противоречии между словами и невербальными сигналами. В таких ситуациях невербальные сигналы коммуникации доминируют, так как люди подсознательно реагируют на визуальные подсказки быстрее и интуитивнее, чем на речь, но не превышает 55%, поскольку тон голоса добавляет 38% эмоциональной нагрузки, а слова — всего 7%. Меньше 55% быть не может, потому что невербальные элементы фундаментальны для установления доверия и понимания в межличностном общении, что подтверждено множеством последующих исследований по невербальной коммуникации.

- Критерии оценивания:

- Ответ считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа

- Ответ верен - 1 балл;

- Неверный ответ, его отсутствие либо отсутствие обоснования — 0 баллов.

Задания открытого типа с развернутым ответом

-ОПК- 7

1. Влияние заинтересованных групп на принятие решений властными структурами — это:
2. «Систематическое распространение сообщений среди численно больших рассредоточенных аудиторий» — это:
3. Продолжите фразу: «Деятельность паблик рилейшнз представляет собой некую форму посредничества между ...»
4. Медиакит – это...
5. Выборка – это:

№ вопроса	Правильный ответ
1	лоббизм
2	массовая коммуникация
3	органом власти и целевой аудиторией
4	пакет документов и материалов для СМИ
5	отбор группы единиц опроса, которая должна представить совокупность людей, мнение которых стремится узнать исследователь

Критерии оценивания:

- Полный правильный ответ на задание - 2 балла;
- Допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но неполный — 1 балл;
- Допущено более одной ошибки/ ответ неправильный/ ответ отсутствует — 0 баллов.

- ОПК -7-

Кейс-задачи

Задание 1. Вы руководитель PR-службы крупной государственной корпорации. По техническим причинам произошел серьезный сбой в работе. Ваши клиенты возмущены, журналисты

начинают активно комментировать ситуацию, говоря о неконкурентоспособности организации, непрофессиональном менеджменте. С какой информацией Вы обратитесь к СМИ? Какую программу PR-мероприятий по успешному преодолению кризиса можно предложить?

Ответ : необходимо восстановить доверие клиентов и опровергнуть негативные нарративы в СМИ, связанные с государственной структурой.

Предполагаемый план действий:

1. Подготовить официальное заявление для СМИ с признанием сбоя, извинениями и указанием технических причин.
2. Предоставить график восстановления и анонсировать пресс-конференцию в течение суток.
3. Запустить регулярные обновления в соцсетях и на сайте для прозрачности.
4. Предложить клиентам компенсации и публично их анонсировать.
5. Провести аудит с экспертами и опубликовать отчет.
6. Возможно организовать пиар-кампанию о модернизации в организации с инвестициями в инфраструктуру.
7. Отслеживать СМИ, опровергать дезинформацию и анализировать эффективность мер в конце кризиса.

Задание 2. Сотрудники МЧС ликвидировали пожар повышенной сложности, при этом возникали нештатные ситуации. Когда журналисты, приехав на место происшествия, начали брать интервью у свидетелей пожара, двое из них стали говорить, что пожарные прибыли с опозданием и отсутствовало необходимое количество единиц пожарной техники. Какие действия, на Ваш взгляд, должна предпринять служба по связям с общественностью МЧС, чтобы СМИ правильно представили информацию с места события?

Ответ : Службе по связям с общественностью МЧС необходимо оперативно отреагировать на заявления, прозвучавшие в СМИ. Следует подготовить официальный комментарий, опровергающий информацию о задержке прибытия и недостаточном количестве техники. В этом комментарии необходимо представить объективные данные о времени прибытия и перечне задействованных средств пожаротушения. Рекомендуется предоставить журналистам для немедленного ознакомления хронологию вызова и развертывания сил. Важно организовать пресс-тур или брифинг на месте происшествия (или в ближайшее время) для демонстрации реальной картины произошедшего и работы личного состава. Следует подчеркнуть высокий профессионализм сотрудников, успешно ликвидировавших пожар повышенной сложности, несмотря на нештатные ситуации. В целом, необходимо обеспечить прозрачность в информировании общественности для формирования объективной картины произошедшего.

Задание 3 :

1. Ознакомившись с правилами оформления пресс-релиза для СМИ (см. *Приложение 1*), составьте пресс-релиз по поводу одного из недавно состоявшихся событий в студенческой жизни МГИК.
2. На Вашем факультете состоится небольшая пресс-конференция по поводу предстоящей международной научной конференции «Государственное и муниципальное управление в социальной сфере». Определите, какие материалы необходимо положить в папку информационных материалов (медиа-кит) для журналистов, которые приглашены на эту пресс-конференцию (см. *Приложение 2*).
3. Изучив материалы *Приложения 3*, выделите основные приемы и средства воздействия на общественное мнение, используемые журналистами в предложенной статье. Сделайте выводы относительно декларируемых и скрытых целей автора статьи.

Приложение 1

Правила составления пресс-релиза

1. Пресс-релиз следует печатать на бланке организации - с названием и адресом.
2. Необходим выигранный броский заголовок. лучше оформить его в

организационном стиле

(шрифт, цвет).

3. Важно четко указать: а) название и адрес организации, б) имя и должность лица, которое предоставит дополнительную информацию и его телефон, в) за рубежом - также номер телефона, по которому можно звонить в ночное время, так как редакции центральных газет работают там круглосуточно.

4. На листке нужно указать дату и поставить пометку «к публикации». Это значит, что новость готова к немедленному опубликованию. Если вы хотите, чтобы ньюс-релиз не был опубликован до конкретного срока, на листе сверху необходимо написать: эмбарго и дату публикации.

5. Текст ньюс-релиза печатается на одной стороне листа бумаги, через два интервала и с большими полями для заметок редактора - 3-5 см.

6. Пресс-релиз должен быть кратким - лучше на одну страницу. Если это невозможно, внизу первой страницы делают пометку «см. далее». Лучший объем пресс-релиза - 300-500 слов (1-2 стр.). Дополнительную информацию лучше дать в приложении к пресс-релизу, чем делать длинный пресс-релиз. Параграфы должны быть краткими - 6 строк максимум. Каждое предложение может являть собой параграф. Слова не следует разрывать для переноса. Параграф должен заканчиваться на странице. А не переносится на следующую - во избежание последствий ошибок набора текста.

Подзаголовки могут помочь в прояснении сути сообщения. Ньюс-релиз должен быть объективен. Все комментарии и цитаты должны быть приписаны организационным официальным лицам.

7. Если упоминаются какие-либо лица, сообщите их полные имена и точное название должности.

8. Приводите точные цифры, избегайте упоминания приблизительных цифр.

9. Иногда целесообразно готовить два варианта пресс-релиза - для центральной и специализированной прессы.

10. К пресс-релизу готовятся дополнительные фактические материалы - для представителей прессы, если они будут звонить.

11. Отправляя пресс-релиз, можно сообщить о наличии фотографий по теме, или приложить миниатюрные отпечатки этих снимков.

12. Если пресс-релиз распространяет консультативная или другая посредническая фирма, это надо указывать - вместе с координаторами посредника.

13. Пресс-релиз от имени организации подписывают ее представители. Важно, чтобы их число не превышало 2-3 человек. Иначе правка и коррективы исказят текст до неузнаваемости.

(Источник: И. Алешина Паблик рилешинз для менеджеров и маркетеров. М., 1997. С.65-67.)

Приложение 2

Медиа-кит — как правило, медиа-кит представляет собой набор документов, картинок, таблиц, в которых содержится самая полная и подробная информация о проекте или компании.

Наиболее широко медиа-кит используется для презентации различных СМИ — газет, журналов, интернет-порталов, телеканалов и т. п. В этих случаях, медиа-кит содержит в себе структуру, содержание, целевую аудиторию, схемы и способы распространения и продвижения. То есть, с помощью изучения этого инструмента потенциальный рекламодатель может получить наиболее полные данные о СМИ и принять решение о возможном использовании в своей рекламной и PR-компании.

Правильное и полное содержание медиа-кита:

- название СМИ;
- личное обращение коллектива (главного редактора, издателя, учредителя,

- собственника);
- основы концепции СМИ;
 - сведения (факты) о СМИ;
 - выходные данные и формат СМИ;
 - целевая аудитория потребителей (читателей, зрителей) СМИ;
 - сведения о дополнительных формах данного СМИ, специальных проектах и т.п.;
 - особенности и уникальные характеристики СМИ;
 - перечень (при возможности с комментариями) рекламодателей и партнеров СМИ;
 - система продвижения (распространения, саморекламы) СМИ;
 - описание разделов (частей) из которых состоит СМИ с указанием целесообразности этой схемы;
 - стоимость размещения стандартных рекламных и PR-материалов;
 - стоимость участия в специальных (нестандартных) рекламных и PR-проектах;
 - технические требования к оригинал-макетам, рекламным и PR-материалам;
 - контактная информация отдела рекламы и редакции.

Приложение 3

Манипулятивные приемы воздействия на общественное мнение

Способы влияния на общественное мнение зачастую носят манипулятивный характер. Манипуляция – это вид психического воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у него в данный момент.

Способы манипулирования общественным мнением.

1. Навешивание ярлыков («красно-коричневая угроза»)
2. Яркие обобщения («сборище встречающих»)
3. Смещение акцента (например, принятие в кампании известной личности).
4. Свидетельства (определенное акцентирование внимания).
5. Перенос или передача «ауры» известного человека на менее известного.
6. Простые парни (прием «мы – такие же, как и вы»).
7. Быть в одной лодке (следование мнению большинства).
8. Подтасовка карт (обсуждение лишь одной стороны событий)
9. Эмоциональные стереотипы («рачительный хозяин»).
10. Запрещенное замалчивание (тонкий намек, предположение).
11. Подрывная риторика (дискредитация мотивов действий человека, чтобы опорочить саму идею). Отношение к другому как к средству достижения собственных целей и скрытый характер воздействия на общественность входят в полное противоречие с сущностными чертами ПР деятельности:

Оценивание кейс-задачи

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>Отлично</i>	<i>Правильность, полнота и решения задайчи;</i>	<i>Студент изучил необходимые источники, выбрал верные методы решения, дал обоснование решения в пояснительной записке, ответил на все вопросы задачи.</i>
<i>Хорошо</i>		<i>Студент изучил необходимые источники, выбрал верные методы решения, дал обоснование решения в пояснительной</i>

		<i>записке, ответил на все вопросы задачи, допущено не более 2 ошибок.</i>
<i>Удовлетворительно</i>		<i>Студент изучил необходимые источники, выбрал верные методы решения, дал неполное обоснование решения в пояснительной записке, ответил на все вопросы задачи, но ответил не на все вопросы, допущено не более 3 ошибок</i>
<i>Неудовлетворительно</i>		<i>Студент не изучил необходимые источники или выбрал неверные методы решения, ответил не на все вопросы, допущено более 3 ошибок / задача не решена</i>

Промежуточная аттестация по дисциплине

Вопросы к зачету в 7 семестре

1. Понятие и значение связей с общественностью для органов власти.
2. Модели связей с общественностью в органах власти.
3. Цели и задачи связей с общественностью. Причины недоверия граждан к органам власти.
4. Зарубежный опыт связей органов власти с общественностью.
5. Нормативно-правовые основы связей общественности с органами власти.
6. Правовой статус сотрудника пресс-службы и работника СМИ.
7. Роль пресс-службы в обеспечении права журналистов на поиск и получение информации.
8. Субъекты государственного PR-рынка.
9. Пресс-служба как структурная единица государственных органов власти.
10. Особенности методов работы служб по связям с общественностью.
11. Цели и функции пресс-службы.
12. Пресс-секретарь: его правовой статус и обязанности.
13. PR -структура федерального уровня и ее особенности.
14. PR-структура Президента РФ, ее подструктуры и функции.
15. Организация работы PR-структур на субъектном уровне.
16. Функционирование PR-служб на местном уровне и их функции.
17. Целевые аудитории местных PR-служб.
18. Технологии коммуникации муниципальных служащих с населением.
19. Основные варианты структуры пресс-служб и их функции.
20. Основные направления деятельности пресс-службы.
21. Пресс-служба и журналистская среда: порядок взаимодействия.
22. Основные целевые аудитории PR-структур органов власти.
23. Население как основная целевая аудитория PR-структур органов власти: особенности взаимодействия.
24. Взаимодействие PR-структур органов власти с выборными должностными лицами.
25. Взаимодействие PR-структур с СМИ: основные правила работы.
26. Пресс-клиппинг как наиболее популярная PR-технология.
27. Менеджмент новостей.
28. Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы.
29. Планирование и проведение пресс-конференции.
30. Анонсирующие пресс-релизы.

31. Регистрация и регламент пресс-конференции.
32. Работа ньюсмейкера.
33. Особенности проведения брифингов в государственных органах.
34. Типовая структура пресс-тура.
35. Участие журналистов в мероприятиях государственных органов.
36. Цели и задачи аналитической работы в пресс-службе.
37. Функциональные обязанности сотрудников аналитического отдела пресс-служб.
38. Мониторинг периодических изданий сотрудниками пресс-служб.
39. Использование социологической информации для оценки позиций СМИ и их воздействия на аудиторию.
40. Мониторинг телепередач сотрудниками пресс-служб.
41. Мониторинг радиопередач сотрудниками пресс-служб.
42. Мониторинг Рунета сотрудниками пресс-служб.
43. Электронные архивы и их использование в аналитической работе сотрудниками пресс- служб.
44. Отношения власти, бизнеса и прессы в современной России.
45. Конфликт со пресс-служб СМИ: порядок и варианты действий.
46. Этика деятельности сотрудников пресс-служб.

Критерии оценки результатов по дисциплине

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«отлично»	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенции, закрепленные за дисциплиной, сформированы (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть. в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
«хорошо»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом</p>

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	<p>результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>
«удовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
«неудовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

Раздел 3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Студент по результатам текущего и промежуточного контроля должен набрать максимально 100 баллов и минимально 50 баллов.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- качество и полнота ответов на вопросы, предлагаемые преподавателем и участниками;
- участие в дискуссиях и уровень аргументации;
- выступление с докладами и сообщениями по темам;
- выполнение практических заданий в аудитории и домашних;

Доклады, презентации и сообщения отражают степень владения теоретическим материалом, уровень закрепления полученных знаний, а также корректность и строгость рассуждений.

Доклады, презентации, сообщения на семинарских и практических занятиях оцениваются по следующим критериям:

- соответствие заявленной теме;
- уместность, актуальность и количество использованных источников информации;
- содержание (степень соответствия теме, полнота изложения, наличие анализа);
- глубина проработки представленных материалов;
- качество выступления (понятность, аргументированность, логика изложения);
- качество ответов на вопросы аудитории и умение дискутировать;
- наглядность (использования иллюстраций, примеров, наличие презентации).

Оценивание результатов выполнения практических заданий входит в накопленную оценку.

В экзаменационный билет включено два теоретических вопроса, соответствующие содержанию формируемых компетенций. Экзамен проводится в устной форме. На ответ на вопросы студенту отводится 30 минут.

По итогам работы на практических занятиях и ответов на вопросы экзамена выставляется дифференцированная оценка с учетом шкалы оценивания:

отлично – за 85-100 баллов

хорошо – за 68-84 балла

удовлетворительно – за 50 – 67 баллов

неудовлетворительно – за менее 50 баллов

Тестирование проводится с помощью автоматизированной программы на образовательном портале ЭИОС

На тестирование отводится 30 минут.

Каждый вариант тестовых заданий включает 10 вопросов.

За каждый правильный ответ на вопрос дается 0,5 баллов.

Перевод баллов в оценку:

отлично – 5 баллов

хорошо – 4 балла

удовлетворительно – 3 балла

неудовлетворительно менее 3 баллов

Оценочные средства по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» (режим доступа – <http://mgik.ru/sveden/education/>, ФОС разработанный на кафедре и размещенный на образовательном портале ЭИОС.)

Составитель: кандидат социологических наук, доцент Устюжанина Л.В.