

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики и предпринимательства  
(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО  
решением ученого совета ННГУ  
протокол от  
«16» июня 2021 г. № 8

**Рабочая программа дисциплины**

Связи с общественностью в органах власти  
(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования  
бакалавриат  
(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность  
38.03.04 Государственное и муниципальное управление  
(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы  
Региональное и муниципальное управление  
(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения  
очная, очно-заочная  
(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород

2021 год

## 1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.О.29 «Связи с общественностью в органах власти» относится к обязательной части ООП.

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
1	Блок 1. Дисциплины (модули) Обязательная часть	Дисциплина Б1.О.29 «Связи с общественностью в органах власти» относится к обязательной части ООП направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
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. Способен осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, деловую переписку, общение по телефону, проведение совещаний, презентаций	Знать основные правила публичного выступления, делового общения Уметь вести деловые переговоры, составлять тексты публичных выступлений, пресс-релизов Владеть навыками публичного общения, написания материалов информационного характера	Тест
	ОПК-7.2. Способен использовать профессиональные приемы и технологии деловой коммуникации для достижения поставленных целей в процессе делового общения	Знать существующие каналы деловой коммуникации и донесения информации до населения Уметь формировать информационные материалы о деятельности органа власти Владеть приемами и технологиями деловой коммуникации	Тест
	ОПК-7.3. Способен анализировать коммуникативные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности	Знать основные методы анализа информационного пространства Уметь проводить мониторинг СМИ и социальных сетей на предмет публикаций о деятельности органа власти Владеть навыками мониторинга и анализа информационного пространства	Реферат, эссе
ПК-9 Способен к	ПК-9.1. Способен организовать	Знать особенности различных организационных структур	Круглый стол, дискуссия

взаимодействиям в ходе служебной деятельности в соответствии с этическими требованиями к служебному поведению;	взаимодействие в ходе служебной деятельности с представителями органов государственной власти и органами местного самоуправления;	управления информационным блоком Уметь выстраивать взаимодействие различных блоков внутри структуры органа власти Владеть навыками успешной коммуникации внутри органа власти или межведомственной коммуникации	
ПК-10 Владеет основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения;	ПК-10.1. Способен применять технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы;	Знать основные модели положительных образов органов государственной власти Уметь применять методы продвижения органа государственной власти в публичном пространстве Владеть технологиями формирования положительного имиджа органа власти	Проект
	ПК-10.2. Способен применять коммуникационные технологии формирования общественного мнения о государственной и муниципальной службе	Знать виды реализуемых органами власти рг-проектов Уметь формировать стратегию и тактику реализации рг-проектов Владеть методами продвижения органа государственной власти в СМИ и соцсетях	Творческое задание

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>очная форма обучения</b>	<b>очно-заочная форма обучения</b>	<b>заочная форма обучения</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>2 ЗЕТ</b>	<b>2 ЗЕТ</b>	<b>___ ЗЕТ</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	
<b>в том числе</b>			
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b> <b>- занятия лекционного типа</b> <b>- занятия семинарского типа</b> <b>( практические занятия / лабораторные работы)</b>	<b>32</b>	<b>24</b>	
<b>самостоятельная работа</b>	<b>39</b>	<b>47</b>	
<b>КСР</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	
<b>Промежуточная аттестация – экзамен/зачет</b>			

### 3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			В том числе													Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы															
				из них															
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Занятия лабораторного типа		Всего													
Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная		
Раздел 1. Общие положения о связях с общественностью в органах власти: понятие, этапы развития, цели и задачи. Информационная политика в органах власти	14	14		3	3		3	2					6	5		8	9		
Раздел 2. Пресс-служба органа власти: структура, задачи, функции, схема организации деятельности, используемые технологии	29	29		6	6		6	3					12	9		15	19		
Раздел 3. Реализация PR-кампаний: этапы, формы реализации. Кризисные PR-кампании	29	29		7	7		7	3					14	10		16	19		
Итого	72	72		16	16		16	8					32	24		39	47		

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: выполнение проекта по созданию территориальной группы в социальных сетях, направленной на продвижение положительного образа органа государственной власти, а также решение кейсов по кризисному PR.

На проведение практических занятий (семинарских занятий /лабораторных работ) в форме практической подготовки отводится 8 часов.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП: написания информационных материалов, в том числе, пресс-релизов, разработки контент-плана официальных ресурсов органа власти в сети Интернет и социальных сетях, формирования стратегии продвижения органа власти и формирования его имиджа;
- компетенций - ПК-10.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Обучающимися используются следующие виды самостоятельной работы:

1. Подготовка проекта. В рамках данной деятельности студенты создают и ведут территориальную группу (сообщество) в социальных сетях, направленное на формирование положительного имиджа органа государственной власти и его продвижение среди целевых аудиторий.
2. Выполнение творческих заданий:
  - анализ аккаунта политика в социальных сетях;
  - анализ аккаунта органа власти в социальных сетях;
  - анализ официального сайта органа власти;
  - подготовка пресс-релиза;
  - разработка стратегии действий пресс-службы органа власти в кризисной ситуации (кризисная ситуация предлагается студентом).
3. Подготовка эссе и рефератов.
4. Подготовка к дискуссиям или круглым столам.
5. Выполнение тестовых заданий.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

#### **5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),**

включающий:

## 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала.  Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.  Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.  Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки  при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки  при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки  при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже

		«превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
<b>зачтено</b>	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

## 5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

(ЗАПОЛНИТЬ согласно оценочным средствам табл.2)

### 5.2.1 Контрольные вопросы (должны быть обязательно!)

вопросы	Код формируемой компетенции
PR- основные доходы к определению.	ОПК-7
Функции и принципы, нормативные и этические основы PR.	ОПК-7
Соотношение PR с другими понятиями.	ОПК-7
PR в органах государственной власти: цели, задачи и отличия от коммерческого PR.	ОПК-7
Антикризисный план и команда. Особенности коммуникаций во время кризисов.	ОПК-7
Организация устных коммуникаций (пресс-конференции, презентаций). Подготовка речей и вступлений.	ОПК-7
Работа с прессой и условия ее эффективности.	ОПК-7
Имидж и репутация органа власти	ПК-10
Виды письменных коммуникаций	ПК-10
Стратегическое планирование в PR	ПК-9
Понятие «новость». Два типа новостного производства	ОПК-7
Кризис: понятие, виды, этапы развития	ПК-10
Российский и зарубежный опыт организации PR в органах федеральной, региональной и муниципальной власти	ПК-9
Функции пресс-службы и проблема качества информации	ПК-9

Технологии управления новостной информацией, создание и усиление значимости новости	ПК-10
Институционализация ПР.	ПК-9
Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления.	ПК-9
Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ.	ПК-9
Основные технологии реализации ПР-кампаний	ПК-10

### 5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции \_\_\_\_\_

- 1) PR – это:
  - a) **функция менеджмента, обеспечивающая установление и поддержание эффективных коммуникаций между организацией и общественностью;**
  - b) разработка и создание (организация), максимально эффективное использование (управление) и контроль социально-экономических систем;
  - c) организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации;
  - d) передача организацией, на основании договора, определенных видов или функций производственной предпринимательской деятельности другой компании, действующей в нужной области.
- 2) В органах государственной власти этические нормы при организации PR-деятельности опираются на:
  - a) Библию и иные религиозные учения;
  - b) **Кодекс служебной этики государственного служащего;**
  - c) Кодекс служебной этики адвоката;
  - d) PR-деятельность не предполагает соблюдения этических норм.
- 3) Основные функции PR в органах власти (выбрать наиболее полный ответ):
  - a) Разработка речей для руководителей и корректура деловых писем;
  - b) Планирование, организация, контроль;
  - c) **Мониторинг общественного мнения, реагирование на резонансные общественно-политические ситуации, обеспечение взаимодействия с общественностью, формирование положительного имиджа органа власти;**
  - d) Координация деятельности различных органов власти для создания различных инфоповодов.
- 4) В чем отличие PR от рекламы?
  - a) **PR предполагает организацию целостного позиционирования объекта с целью формирования его положительного имиджа. Реклама предполагает позиционирование товара или услуги с точки зрения его конкретных положительных качеств.**
  - b) PR продвигает конкретного человека или орган власти, реклама – товар или услугу;
  - c) PR и реклама – это одно и то же;
  - d) PR реализуется в органах власти, а реклама в коммерческом секторе.
- 5) В чем ключевое отличие PR в органах государственной власти от коммерческого PR.
  - a) В коммерческом секторе работают специалисты в сфере PR, а в сфере государственного управления им занимаются чиновники;



- b) Коммерческий PR ориентирован на введение потребителя в заблуждение, государственный PR предполагает объективное донесение информации;
  - c) **Коммерческий PR имеет конечной целью получение предпринимателем прибыли, государственный PR направлен на обеспечение взаимодействия государства и гражданского общества;**
  - d) Между государственным и коммерческим PR нет различий.
- 6) Термин PR возник:
- a) В III веке в Египте;
  - b) В XX веке в России;
  - c) В XVIII веке в Китае;
  - d) **В XIX веке в США.**
- 7) Специальная технология коммуникационного менеджмента, направленная на сохранение публичного капитала организации или личности, который разрушается вследствие кризиса – это:
- a) **Антикризисный PR;**
  - b) Имидж-стратегия;
  - c) Речевой модуль;
  - d) Механизм обратной связи.
- 8) Основные этапы реакции на кризисную ситуацию:
- a) Отрицание, принятие, смирение;
  - b) **Экстренные меры, стабилизация, восстановление;**
  - c) Лучший выход из кризисной ситуации – ее игнорирование;
  - d) Комментирование, перехват инициативы, перевод темы.
- 9) Встреча политических, общественных, научных деятелей с представителями печати, радио, телевидения для беседы по вопросам, представляющим большой общественный интерес – это:
- a) Круглый стол
  - b) Пресс-подход
  - c) Интервью
  - d) **Пресс-конференция**
- 10) Составитель текстов речей, выступлений для высокопоставленных лиц государства, политиков, общественных деятелей или бизнесменов – это:
- a) Омбудсмен
  - b) Коммивояжер
  - c) Маркетолог
  - d) **Спичрайтер**
- 11) Основными коммуникативными качествами политической речи являются:
- a) Краткость, отсутствие четких данных, обобщенность;
  - b) **Правильность, уместность, красота и правдивость;**
  - c) Скучность, объемность, фактологическая перегруженность;
  - d) Программность, лозунговость, предвзятость.
- 12) Пресс-релиз – это:
- a) **сообщение для прессы; информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации (возможно и частном лице), выпустившей пресс-релиз, изложение ее позиции по какому-либо вопросу и передаваемое для публикации в СМИ;**

- b) мероприятие, в ходе которого до присутствующих организатором доводится некая информация;
- c) разновидность разговора, беседы между двумя и более людьми, при которой интервьюер задаёт вопросы своим собеседникам и получает от них ответы;
- d) мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость или любой другой повод, и организация или отдельная личность, непосредственно связанные с этой новостью или поводом, желают дать свои комментарии по этому вопросу

13) Брифинг – это:

- a) сообщение для прессы; информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации (возможно и частном лице), выпустившей пресс-релиз, изложение ее позиции по какому-либо вопросу и передаваемое для публикации в СМИ;
- b) мероприятие, в ходе которого до присутствующих организатором доводится некая информация;**
- c) разновидность разговора, беседы между двумя и более людьми, при которой интервьюер задаёт вопросы своим собеседникам и получает от них ответы;
- d) мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость или любой другой повод, и организация или отдельная личность, непосредственно связанные с этой новостью или поводом, желают дать свои комментарии по этому вопросу

14) Интервью – это:

- a) сообщение для прессы; информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации (возможно и частном лице), выпустившей пресс-релиз, изложение ее позиции по какому-либо вопросу и передаваемое для публикации в СМИ;
- b) мероприятие, в ходе которого до присутствующих организатором доводится некая информация;
- c) разновидность разговора, беседы между двумя и более людьми, при которой интервьюер задаёт вопросы своим собеседникам и получает от них ответы;**
- d) мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость или любой другой повод, и организация или отдельная личность, непосредственно связанные с этой новостью или поводом, желают дать свои комментарии по этому вопросу

15) Каким количеством пресс-релизов сопровождаются знаковые политические мероприятия (допустимо 2 ответа):

- a) Не менее трех (пресс-анонс, промежуточный, итоговый)**
- b) Один (по итогам)
- c) Пять (анонс о планах, анонс об участниках, информация о подготовке, информация о мероприятии, комментарии по итогам)**
- d) Ежедневно на всем протяжении подготовки мероприятия.

### 5.2.3. Темы эссе, рефератов, круглых столов, дискуссий

1. Международный имидж России: стратегия формирования и продвижения
2. Диалоговые коммуникации органов публичной власти с населением и общественными организациями: состояние и перспективы развития.
3. PR – искусство, наука или технология?

#### **5.2.4. Темы творческих заданий:**

1. анализ аккаунта политика в социальных сетях;
2. анализ аккаунта органа власти в социальных сетях;
3. анализ официального сайта органа власти;
4. подготовка пресс-релиза;
5. разработка стратегии действий пресс-службы органа власти в кризисной ситуации (кризисная ситуация предлагается студентом).

#### **5.2.3. Темы проектов:**

- разработка и ведение аккаунта органа власти в социальной сети;
- разработка и ведение территориального сообщества в социальной сети.

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **а) основная литература:**

- Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум для вузов / Борщевский Г. А. - Москва: Юрайт, 2020. - 267 с.
- Потапов Ю.А. Современная пресс-служба: Учебник для вузов / Потапов Ю. А., Тепляков О. В. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2020. - 294 с.
- Связи с общественностью в органах власти: Учебник для вузов / под ред. Васильевой М.М. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2020. - 366 с.
- Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум для вузов / под ред. Ачкасовой В.А., Быкова И.А. - Москва: Юрайт, 2020. - 163 с.

#### **б) дополнительная литература:**

- Абрамов Р.Н., Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: учеб. пособие. - М.: КноРус, 2012.
- Гринберг Т.Э.; Старых Н.В.; Караева В.А.; Эркенова Ф.С.; Шомова С.А. Связи с общественностью. - М.: «Аспект Пресс», 2014
- Жильцова О.Н. Связи с общественностью: Учебное пособие для вузов / Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. - Москва: Юрайт, 2020. - 337 с.
- Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Швед Н.Г. Реклама и связи с общественностью: учеб. для бакалавров. - М.: Юрайт, 2013.
- Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. – М.:Инфра-М, 2014
- Ольшанский Д.В. Политический PR. - СПб.: «Питер», 2013
- Фадеева Е.Н. Связи с общественностью: Учебник и практикум для вузов / Фадеева Е. Н., Сафронов А. В., Красильникова М. А. - Москва: Юрайт, 2020. - 263 с.
- Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Практикум: Учебное пособие для вузов / Чумиков А. Н. - Москва: Юрайт, 2020. - 173 с.

#### **в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

- Журнал «Пресс-служба». – Режим доступа <http://www.pres-service.ru>
- PR-портал Российской ассоциации по связям с общественностью. – Режим доступа: <http://www.raso.ru>.
- Электронная библиотека по PR. – Режим доступа [http://www.pressclub.host.ru/PR\\_lib/PR\\_Rabots.shtml#B3](http://www.pressclub.host.ru/PR_lib/PR_Rabots.shtml#B3)

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами

обучения: видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО /ОС ННГУ \_\_\_\_\_.

Автор (ы) Филипенко Д.С.

Рецензент (ы) заместитель министра внутренней региональной и муниципальной политики Нижегородской области Симонов А.И.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Программа одобрена на заседании методической комиссии Института экономики и предпринимательства от «31» мая 2021 года, протокол № 4/1.