

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П.А. Машаров
«17» апреля 2025 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕХНОЛОГИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Укрупненная группа направлений
подготовки
Программа высшего образования
Направление подготовки

Направленность (профиль)
образовательной программы
Квалификация
Форма обучения

42.00.00 Средства массовой информации и
информационно-библиотечное дело
Программа бакалавриата
42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
Реклама и связи с общественностью

Бакалавр
Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2025

Рабочая программа дисциплины «Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления» для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №512 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2025 года.

Разработчик:

доцент кафедры журналистики,
канд. хим. наук, ст. научн. сотр.

В.П. Безродный

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.
Протокол от 10.04.2025 г. № 9-а

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
15.04.2025 г.

Н.А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета.
Протокол от 15.04.2025 г. № 4.
Председатель

А.Н. Стебунова

Руководитель основной
образовательной программы,
д-р наук по соц. коммуникац., доц.
10.04.2025 г.

И.М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Связи с общественностью, Политология, Социология.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Программа бакалавриата: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б.30 Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления
Часть образовательной программы	Базовая часть
Количество зачетных единиц / всего часов	2,5/ 90

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	4	30	–	15	45	90	экзамен
Заочная	2	4	4	–	4	82	90	экзамен

3. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Ознакомление студентов с основными подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления, овладение теоретическими и аналитическими знаниями, необходимыми для осмысления современных методов и технологий управления связями с общественностью со стороны органов власти.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	ОПК-2.1.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.1.2. Умеет применять в процессе осуществления профессиональной деятельности знания о системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденции развития ОПК-2.1.3. Владеет пониманием структуры систем общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития
	ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-2.2.1. Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов и необходимость их учета при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов ОПК-2.2.2. Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов ОПК-2.2.3. Владеет способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях	
Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью	1.1. Основные цели: обеспечение гласности, открытости, прозрачности и доступности в работе государственного аппарата и эффективной обратной связи с гражданами и их объединениями.

в органах власти	1.2. Принципы открытости, законности, оперативности, конструктивности, системности, взаимного уважения.
Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	2.1. Информационная, аналитическая, коммуникативная, интегративная, консультативно-методическая, организационная, правовая функции. 2.2. Задачи службы по связям с общественностью.
Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	3.1. Руководитель подразделения входит в состав руководства организации. 3.2. Подразделение – самостоятельная структура организации. 3.3. Подразделение входит в состав иного структурного образования организации.
Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	4.1. Пресс-служба. 4.2. Отдел по связям с общественностью. 4.3. Редакционно-издательский отдел. 4.4. Информационно-аналитический отдел. 4.5. Технический отдел. 4.6. Отдел делопроизводства.
Раздел 2. Организация работы со средствами массовой информации и в интернете	
Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	5.1. Связь со СМИ. 5.2. Отражение в СМИ деятельности организации. 5.3. Разъяснение решений и действий организации. 5.4. Формирование имиджа. 5.5. Проведение пресс-конференций и брифингов. 5.6. Подготовка и распространение информационно-аналитических материалов. 5.7. Организация публичных выступлений руководства организации. 5.8. Ведение официального сайта. 5.9. Противодействие негативной информации.
Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	6.1. Взаимодействие с печатными изданиями. 6.2. Взаимодействие с телевидением и радио. 6.3. Взаимодействие с информагентствами и интернет-СМИ. 6.4. Основные жанры журналистской информации для освещения деятельности органов власти.
Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	7.1. Критическая информация. 7.2. Искаженная информация. 7.3. Фальсифицированная информация. 7.4. Клеветническая информация. 7.5. Опровержение информации.
Тема 8. Организация и ведение официального сайта	8.1. Карта официального сайта. 8.2. Функциональные особенности сайта. 8.3. Наполнение официального сайта.
Тема 9. Работа с блогами	9.1. Блоги как способ подачи социально-значимой информации, как эффективный инструмент PR. 9.2. Ведение блога руководителем органа власти.
Тема 10. Работа в социальных сетях	10.1. Социальные сети как мощный коммуникационный канал. 10.2. Создание представителями органов власти групп в блогах.
Раздел 3. Организация и специфика деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	
Тема 11. Работа с общественностью и	11.1. Формирование органом власти политики открытости. 11.2. Технологии контактов с населением.

целевыми аудиториями	
Тема 12. Работа с внешними организациями	12.1. Взаимодействие с общественными организациями, 12.2. Взаимодействие с творческими союзами, 12.3. Взаимодействие со спортивными обществами. 12.4. Взаимодействие с культурологическими обществами. 12.5. Взаимодействие с религиозными конфессиями.
Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	13.1. Организация и проведение конференций, семинаров, круглых столов, собраний. 13.2. Поддержка работы общественных советов. 13.3. Организация и участие в работе выставок. 13.4. Организация и проведение торжеств.
Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	14.1. Формирование корпоративной культуры. 14.2. Кодекс корпоративной этики.
Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	15.1. Информационное обеспечение. 15.2. Культурно-массовые, спортивные и развлекательные мероприятия. 15.3. Корпоративные праздники, конкурсы, турниры. 15.4. Организация празднования дней рождения сотрудников.
Тема 16. Организация издания печатной продукции	16.1. Подготовка и выпуск печатной продукции: листовки, брошюры, буклеты, календари, газеты, книги. 16.2. Основные этапы: разработка концепции издания, сбор информации для издания, систематизация материала и подготовка текста, подбор иллюстративного материала, верстка и печать.
Раздел 4. Организации PR-проектов в органах государственной власти	
Тема 17. PR-проекты в органах власти	17.1. PR-проекты как направление по реализации стратегии развития органа власти, повышении имиджа организации.
Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	18.1. Презентации, публичные семинары, торжественные события – формы организации и реализации PR-проектов. 18.2. Роль PR-проектов в повышении имиджа органа власти.
Тема 19. Первый этап (research): определение проблем и мониторинг социального окружения	19.1. Главная задача - устранение элементов неопределенности и неуверенности при принятии решения. 19.2. Определение и сегментирование целевых групп. 19.3. Основания и/или проверка эффективности стратегии. 19.4. Профилактика ситуации, когда «верхи» и «низы» не понимают друг друга. 19.5. Наблюдение за конкурентами. 19.6. Обретение известности. 19.7. Влияние на поведение. 19.8. Социологические исследования. 19.9. Информационный и коммуникационный аудит
Тема 20. Второй этап (action): разработка программы и сметы	20.1. Стратегическое планирование. 20.2. Определение целей и задач. 20.3. Определение целевых и ключевых аудиторий. 20.4. Определение целевых СМИ. 20.5. Составление рабочего плана
Тема 21. Третий этап (communication):	21.1. Метод создания специальных событий. 21.2. Составление сообщения.

действие и коммуникация	21.3. Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации
Тема 22. Четвертый этап (evaluation): оценка	22.1. Количественные и качественные методы оценки эффективности. 22.3. Прикладной подход к измерению эффективности. 22.4. Оценка эффективности отдельных PR-инструментов.
Раздел 5. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	
Тема 23. Понятие стратегического планирования	23.1. Стратегическое планирование устанавливает приоритеты, направления, методы и способы практической деятельности каждого сотрудника в отдельности и коллектива в целом. 23.2. Функциональная стратегия. 23.3. Корпоративная стратегия.
Тема 24. Виды и особенности планирования	24.1. Перспективное и оперативное планирование. 24.2. Планирование работы со СМИ. 24.3. Планирование внутри- и внешнекорпоративной работы.
Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	25.1. Социальный и политический анализ. 25.2. Комплексные, выборочные и факторные аналитические исследования. 25.3. Перспективные, оперативные и ситуационные аналитические исследования. 25.4. Статистические, социологические, математические и сравнительные исследования.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 4

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях	4	-	2	4	10
Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	1	-	0,5	1	2,5
Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	1	-	0,5	1	2,5
Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	1	-	0,5	1	2,5
Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	1	-	0,5	1	2,5
Раздел 2. Организация работы со средствами массовой информации и в интернете	7	-	4,5	11	22,5
Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	2	-	1	1	4
Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	1	-	1	2	4
Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	1	-	1	2	4
Тема 8. Организация и ведение	1	-	0,5	2	3,5

официального сайта					
Тема 9. Работа с блогами	1	-	0,5	2	3,5
Тема 10. Работа в социальных сетях	1	-	0,5	2	3,5
Раздел 3. Организация и специфика деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	6	-	3	9	18
Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	1	-	0,5	1	2,5
Тема 12. Работа с внешними организациями	1	-	0,5	1	2,5
Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	1	-	0,5	1	2,5
Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	1	-	0,5	2	3,5
Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	1	-	0,5	2	3,5
Тема 16. Организация издания печатной продукции	1	-	0,5	2	3,5
Раздел 4. Организации PR-проектов в органах государственной власти	10	-	4	11	25
Тема 17. PR-проекты в органах власти	1	-	0,5	1	2,5
Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	1	-	0,5	1	2,5
Тема 19. Первый этап (research): определение проблем и мониторинг социального окружения	2	-	1	2	5
Тема 20. Второй этап (action): разработка программы и сметы	2	-	0,5	2	4,5
Тема 21. Третий этап (communication): действие и коммуникация	2	-	0,5	2	4,5
Тема 22. Четвертый этап (evaluation): оценка	2	-	1	3	6
Раздел 5. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	3	-	1,5	10	14,5
Тема 23. Понятие стратегического планирования	1	-	0,5	4	5,5
Тема 24. Виды и особенности планирования	1	-	0,5	3	4,5
Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	1	-	0,5	3	4,5
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	30	-	15	45	90

6.2. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 4

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях	0,5	-	0,5	16	17
Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	0,25	-	0,25	4	4,5
Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	0	-	0	4	4

Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	0,25	-	0,25	4	4,5
Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	0	-	0	4	4
Раздел 2. Организация работы со средствами массовой информации и в интернете	1	-	1	24	26
Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	0,25	-	0,25	4	4,5
Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	0,25	-	0,25	4	4,5
Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	0,25	-	0,25	4	4,5
Тема 8. Организация и ведение официального сайта	0,25	-	0,25	4	4,5
Тема 9. Работа с блогами	0	-	0	4	4
Тема 10. Работа в социальных сетях	0	-	0	4	4
Раздел 3. Организация и специфика деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	0,5	-	0,5	24	25
Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	0,25	-	0,25	4	4,5
Тема 12. Работа с внешними организациями	0	-	0	4	4
Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	0	-	0	4	4
Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	0	-	0	4	4
Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	0	-	0	4	4
Тема 16. Организация издания печатной продукции	0,25	-	0,25	4	4,5
Раздел 4. Организации PR-проектов в органах государственной власти	1,5	-	1,5	12	15
Тема 17. PR-проекты в органах власти	0,25	-	0,25	2	2,5
Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	0,25	-	0,25	2	2,5
Тема 19. Первый этап (research): определение проблем и мониторинг социального окружения	0,25	-	0,25	2	2,5
Тема 20. Второй этап (action): разработка программы и сметы	0,25	-	0,25	2	2,5
Тема 21. Третий этап (communication): действие и коммуникация	0,25	-	0,25	2	2,5
Тема 22. Четвертый этап (evaluation): оценка	0,25	-	0,25	2	2,5
Раздел 5. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	0,5	-	0,5	6	7
Тема 23. Понятие стратегического планирования	0,25	-	0,25	2	2,5
Тема 24. Виды и особенности планирования	0,25	-	0,25	2	2,5
Тема 25. Основные аспекты аналитической	0	-	0	2	2

работы отдела по связям с общественностью					
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	4	-	4	82	90

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях

1. Какими факторами обусловлена необходимость наличия служб по связям с общественностью в органах власти?
2. Укажите основные цели служб по связям с общественностью в органах власти?
3. Почему для ПР-служб в органах власти вопросы реализации информационной политики превалируют над вопросами реализации имиджевой политики?
4. Перечислите направления деятельности ПР-служб в органах власти.
5. Опишите принципы работы ПР-служб в органах власти.
6. Каковы функции деятельности ПР-служб в органах власти?
7. Опишите основные возможные варианты места ПР-служб в органах власти. Укажите позитивные и негативные стороны каждого из возможных вариантов.
8. Опишите типичный вариант стандартной структуры ПР-службы.
9. Каковы основные задачи пресс-службы в составе ПР-структуры?
10. Каковы основные задачи отдела по связям с общественностью в составе ПР-структуры?
11. Каковы основные функции редакционно-издательского отдела в составе ПР-службы?
12. Каковы основные функции информационно-аналитического отдела в составе ПР-службы?
13. Какие задачи должна решать ПР-структура органа власти для реализации информационной функции?

Раздел 2. Организация работы со средствами массовой информации и в интернете

14. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с печатными СМИ? Какие жанры наиболее предпочтительны для освещения деятельности органов власти в печатных СМИ и почему?
15. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с телерадиокомпаниями? Какие жанры наиболее предпочтительны для освещения деятельности органов власти в телерадиоэфире и почему?
16. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с интернет-изданиями?
17. Назовите и кратко охарактеризуйте основные виды негативной информации.
18. Что такое критическая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
19. Что такое искаженная информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
20. Что такое фальсифицированная информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
21. Что такое клеветническая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?

22. Что такое официальный сайт органа власти? Каковы функции официального сайта?
23. Опишите типовую структуру официального сайта органа государственной власти. Каковы функциональные и художественные особенности официального сайта?
24. Каковы особенности работы связей с общественностью в органах власти с блогами?
25. Каковы особенности работы связей с общественностью в органах власти с соцсетями?

Раздел 3. Организация и специфика деятельности связей с общественностью в органах государственной власти

26. Каковы особенности работы PR-служб в органах власти с общественностью?
27. Каковы функции PR-отделов в работе с общественностью и основные технологии взаимодействия?
28. Опишите основные формы взаимодействия органов власти с общественными организациями?
29. Какие специальные мероприятия могут проводиться в органах власти?
30. Опишите основные этапы подготовки к проведению специальных мероприятий.
31. Опишите примерный порядок проведения торжественного мероприятия.
32. Что такое корпоративная культура в органе власти и какое значение она имеет для организации его работы?
33. Какие внутрикорпоративные мероприятия могут проводиться в органах власти?
34. Укажите основные виды издательской продукции в органах власти и поводы для их издания
35. Назовите основные этапы подготовки издательской продукции

Раздел 4. Организации PR-проектов в органах государственной власти

36. Обоснуйте необходимость и значимость осуществления PR-проектов (PR-акций) в госучреждениях.
37. Какие типичные PR-проекты (PR-акции) проводятся органами власти?
38. Опишите основные этапы планирования проведения PR-проектов (PR-акций).
39. Что такое формула RACE, характеризующая проектный подход к реализации PR-проектов?
40. Какие задачи решаются в ходе первого этапа – этапа исследований (*research*) в процессе проектирования PR-деятельности?
41. Формулировка проблемы, определение внутренних и внешних факторов как этапы исследований (*research*).
42. Социологические исследования как важнейший инструмент изучения сложившейся ситуации в ходе PR-проектирования. Качественные и количественные исследования.
43. Опишите кабинетные и полевые исследования, их основные формы и источники информации, используемые в ходе PR-проектирования.
44. Опишите информационный и коммуникационный аудит как методы сбора информации в ходе PR-проектирования.
45. Опишите содержание второго этапа – этапа разработки программы и сметы (*action*) PR-проектирования.
46. Что такое стратегическое планирование? Как определяются цели и задачи при PR-проектировании?

47. Какие подходы используются при определении целевых СМИ в ходе ПР-проектирования? Предложите форму подготовки рабочего плана при ПР-проектировании.

48. Опишите содержание третьего этапа – этапа действия и коммуникации (*communication*) ПР-проектирования. Что такое контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации, которые используются в ходе реализации ПР-проектов? Что такое метод третьей партии?

49. Опишите содержание четвертого этапа – этапа оценки (*evaluation*) результатов реализации ПР-проектов. Количественные и качественные методы оценки эффективности.

Раздел 5. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах

50. Виды и особенности планирования работы ПР-подразделения.

51. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью.

7.2. Темы докладов (рефератов)

1. Роль связей с общественностью в формировании государственного имиджа
2. Инструменты связей с общественностью, используемые в государственном управлении
3. Взаимодействие государства с общественными организациями и СМИ
4. Связи с общественностью в кризисных ситуациях для государственных органов
5. Оценка эффективности связей с общественностью в государственном управлении
6. Современные тенденции и перспективы развития связей с общественностью в государственном секторе
7. Защита репутации государственных органов с помощью связей с общественностью
8. Связи с общественностью в обеспечении прозрачности и подотчетности власти
9. Внутренние и внешние коммуникации в государственном управлении: роль связей с общественностью
10. Связи с общественностью в процессе разработки и реализации государственной политики
11. Цифровые технологии и связи с общественностью в государственном секторе
12. Управление социальными сетями для государственных органов

7.3. Темы письменных работ

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

7.4. Образец содержания экзаменационного билета

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет»

Факультет филологический

Программа подготовки:	бакалавриат
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Магистерская программа:	Реклама и связи с общественностью
Очная форма обучения. Семестр	4
Заочная форма обучения. Семестр	4

*Учебная дисциплина Технологии связей с общественностью в сфере
государственного управления*

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

1. Какими факторами обусловлена необходимость наличия служб по связям с общественностью в органах власти?
2. Что такое критическая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
3. Назовите основные этапы подготовки издательской продукции.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 ____ г.

Заведующая кафедрой _____ И.М. Артамонова
Экзаменатор _____ В.П. Безродный

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 1

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-4	Организационно-учебная работа в аудитории	15
	Самостоятельная работа	15
	Контрольные работы по практике	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	10
ИТОГО		50
Экзамен		50
Общий итог за семестр		100

8.2.Форма обучения – заочная, курс – 1, семестр – 1

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-4	Организационно-учебная работа в аудитории	5
	Самостоятельная работа	25
	Контрольные работы по практике	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	10
ИТОГО		50
Экзамен		50
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;

- в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 1-м (г. Донецк, ул. Университетская, 24) учебном корпусе университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное на кафедре журналистики.

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Козлов, С. В. Связи с общественностью в органах власти : учеб. пособие / С. В. Козлов ; РАНХиГС, Сиб. ин-т упр. — Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. — 198 с.
2. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. Учебник.— М.: ИНФРА-М, 2019. — 190 с.
3. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учеб. / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — М. : ИНФРА-М, 2013. — С. 212—320.
4. Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / Г.А. Борщевский. – М. : Изд-во Юрайт, 2019. – 267 с.

11.2. Дополнительная литература

5. Подобед, Д.А. Пресс-служба. Связи с общественностью в органах власти: учеб. пособие / Д.А. Подобед, А.О. Катыкало, Д.А. Боброва; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов н/Д, 2016. – 139 с.
6. Чашихин, Б.Д. Связи с общественностью в органах власти: учебник / Б.Д. Чашихин. – М. : Изд-во Юрайт, 2016. – 267 с.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. ЭБС Юрайт: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. Электронно-библиотечная система ДонГУ: сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. Электронный каталог Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
8. Электронный архив ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).