

Негосударственное частное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Алтайский экономико-юридический институт"  
Кафедра управленческих дисциплин



Рабочая программа по дисциплине

Связи с общественностью в органах власти

для направления 38.03.04 Государственное и муниципальное управление  
(программа академического бакалавриата)

Профиль подготовки

"Государственная и муниципальная служба"

Барнаул  
2016

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1.Цели и задачи дисциплины.....	3
2.Место дисциплины в структуре ООП, требования к знаниям, умениям и навыкам студента.....	6
3.Учебно-тематический план дисциплины (с указанием общей трудоемкости и количеством часов, отводимых на различные разделы и виды учебной деятельности).....	8
4.Содержание дисциплины.....	9
5. Планы практических занятий.....	11
6. Самостоятельная работа студентов .....	35
7. Образовательные технологии, используемые в преподавании дисциплины.....	36
8. Критерии оценки результатов обучения.....	45
9. Материалы для текущей, промежуточной и итоговой аттестации.....	46
10. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	50
11. Информационное обеспечение учебной дисциплины.....	50
12. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения программы дисциплины.....	52
13. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	53

## **1. Цели и задачи дисциплины.**

Изучение дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» предусмотрено в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и учебным планом по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата).

Целями освоения курса «Связи с общественностью в органах власти» являются: ознакомление студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления; формирование базового понятийного аппарата, необходимого для восприятия и осмысления информационных процессов в органах государственной власти и управления; углубление знаний в области профессиональной деятельности государственного и муниципального служащего: обеспечения эффективного управления организацией в сфере связей с общественностью; формирование знаний в области теоретических основ связей с общественностью, получение методологических умений и практических навыков в технологиях управления в связях с общественностью, ознакомление с современными тенденциями управления связями с общественностью; усвоение норм и стандартов в поведении руководителя, понимание социальной ответственности управленца за результаты своей деятельности.

Задачей изучения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» является общая подготовка бакалавра к решению следующих профессиональных задач:

### **организационно-управленческая деятельность:**

организация исполнения полномочий органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, лиц, замещающих государственные и муниципальные должности, осуществление прав и обязанностей государственных и муниципальных предприятий и учреждений, научных и образовательных организаций, политических партий, общественно-политических, некоммерческих и коммерческих организаций;

участие в разработке социально ориентированных мер регулирующего воздействия на общественные отношения и процессы социально-экономического развития;

организация взаимодействия с внешними организациями и гражданами; содействие развитию механизмов общественного участия в принятии и реализации управленческих решений;

### **информационно-методическая деятельность:**

участие в создании и актуализации информационных баз данных для принятия управленческих решений;

сбор и классификационно-методическая обработка информации об имеющихся политических, социально-экономических, организационно-управленческих процессах и тенденциях;

участие в информатизации деятельности соответствующих органов и организаций;

защита служебной и конфиденциальной информации, обеспечение открытого доступа граждан к информации в соответствии с положениями законодательства;

**коммуникативная деятельность:**

участие в организации взаимодействия между соответствующими органами и организациями с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами;

участие в организации внутренних коммуникаций;

участие в обеспечении связей с общественностью соответствующих органов и организаций;

содействие развитию механизмов общественного участия в принятии и реализации управленческих решений;

поддержка формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, страны и территории на основе современных коммуникативных технологий;

участие в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами государственного и муниципального управления;

**организационно-регулирующая деятельность:**

участие в обеспечении разработки социально ориентированных мер регулирующего воздействия на общественные отношения и процессы социально-экономического развития;

**исполнительно-распорядительная:**

сбор, обработка информации и участие в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций;

участие в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления.

Программа дисциплины ориентирована на формирование навыков управленческой работы с общественным мнением в области коммуникативного взаимодействия как внутри организации, так и за ее пределами, а также получение комплексного представления о целях, формах и конкретных технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, общественными институтами, бизнесом.

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» направлена на формирование у студентов следующих компетенций:

Код компетенции	Компетенция
ПК-2	владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой

	динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
ПК-23	владение навыками планирования и организации деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций

## 2. Место дисциплины в структуре ООП, требования к знаниям, умениям и навыкам студента.

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» относится к дисциплинам по выбору студента Вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной общеобразовательной программы.

Изучение курса предполагает связь со многими дисциплинами. Можно выделить следующие дисциплины базового и профессионального циклов.

Предшествующими дисциплинами выступают «Теория организации», «Информационные технологии в управлении», «Теория управления», «Основы государственного и муниципального управления».

«Коммуникационный менеджмент» и «Управление проектами» имеют соприкосновение с изучаемой дисциплиной, опираясь на такие дисциплины как «Маркетинг», «Социология», «Психология», «Теория коммуникации» и другие дисциплины социально-экономического и гуманитарного циклов.

Среди сопутствующих базовых и вариативных дисциплин для последующего изучения можно рекомендовать, «Инновационный менеджмент», «Стратегическое управление», «Управленческий консалтинг», «Социология массовых коммуникаций».

Тесная связь дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» с другими учебными дисциплинами способствует формированию навыков студентов в организации систем управления, совершенствования управления в соответствии с современными информационными и коммуникативными тенденциями.

При условии успешного освоения дисциплины студентом является следующий уровень подготовки.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен:	
знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы связей с общественностью;</li> <li>- общепринятую терминологию, используемую как в специальной литературе, так и в практической деятельности в сфере связей с общественностью;</li> <li>- методы исследований, планирования и анализа в связях с общественностью;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- современные средства коммуникации;</li> <li>- принципы формирования системы управления и механизмы ее функционирования в связях с общественностью;</li> <li>- инструменты предупреждения и разрешения кризисных и конфликтных ситуаций в связях с общественностью;</li> <li>- механизмы формирования организационной структуры предприятия;</li> <li>методы создания и поддержания имиджа организации и внутри корпоративной культуры;</li> <li>- приемы и методы сбора, хранения и обработки информации;</li> <li>- правовые основы и этические нормы связей с общественностью;</li> </ul>
уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в существующем многообразии подходов к пониманию сущности и роли деятельности по связям с общественностью;</li> <li>- прогнозировать и оценивать технологии связей с общественностью в их практическом применении;</li> <li>- фиксировать социальные тенденции и адаптировать задачи организации к построению и коррекции новых способов информационно-коммуникативной деятельности;</li> <li>- использовать современные средства связи и информационные технологии для работы с информацией и принятия решений конкретных управленческих решений в сфере связей с общественностью;</li> </ul>
иметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- исследовательские и прогностические навыки;</li> <li>- системное представление о практической реализации технологий формирования и поддержания положительного имиджа организации;</li> <li>- навыки управления коммуникационной политикой</li> <li>навыки организации и управления отделами (специалистами) по связям с общественностью;</li> <li>- навыки профессиональной аргументации.</li> </ul>

После изучения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» бакалавр способен решать следующие профессиональные задачи:

- применять технологии, приемы и способы управления информационными процессами при формировании общественного мнения и управления массовым сознанием и поведением людей;
- понимать структуру, функции, задачи и направления деятельности отделов по связям с общественностью государственных, промышленных, финансовых организаций;
- использовать методологию исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для достижения согласия и цивилизованных отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом;

- самостоятельно разрабатывать познавательно-аналитические программы, проводить социологический опрос общественного мнения, мониторинг информационных сообщений, документов и периодических изданий;

- использовать различные жанры при создании письменных и устных текстов.

### 3. Учебно-тематический план дисциплины (с указанием общей трудоемкости и количеством часов, отводимых на различные разделы и виды учебной деятельности).

Общая трудоемкость дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

№ п/п	Раздел (тема) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, и трудоемкость (в часах)					Контактная работа с преподавателем
		Лекции	Практические занятия (семинары)	СРС	Контроль	Всего часов	
1	Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции. PR как наука и ее задачи.	1	1	5	3	10	2
2	Теория коммуникации как базовая основа PR. Связи с общественностью в информационном пространстве.	1	1	6	3	11	2
3	Государственная информационная политика РФ.	1	1	6	3	11	2
4	Цели, задачи и функции связей с общественностью в органах государственной власти. Структура и специфика служб по связям с общественностью в органах власти.	1	1	6	3	11	2
5	Современные технологии связей с общественностью. Практики и инструменты PR – подразделений в органах государственной власти и управления.	2	2	6	3	13	4

6	Информационно-аналитическое обеспечение и планирование PR-отделов. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов.	2	2	6	3	13	4
7	Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти. Организация работы со средствами массовой информации.	2	2	6	3	13	4
8	Результаты PR – деятельности: Брэнд. Имидж. Репутация. Основные компоненты и технологии формирования имиджа.	2	2	6	3	13	4
9	Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.	2	2	6	3	13	4
	Итого: 3 ЗЕТ	14	14	53	27	108	28
	Форма промежуточной аттестации - экзамен						

#### 4. Содержание дисциплины.

##### ***Тема 1. Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции. PR как наука и ее задачи.***

Понятие «связи с общественностью». Эволюция связей с общественностью. Информационный PR и неинформационный PR. Пиарология как научная дисциплина. Характеристика науки о связях с общественностью и ее задачи. Функции науки о PR. Основная цель связей с общественностью. Субъекты и объекты PR-деятельности, их классификация и виды взаимодействия.

##### ***Тема 2. Теория коммуникации как базовая основа PR. Связи с общественностью в информационном пространстве. Информационное пространство в системе ГИП.***

Понятия «информация» и «коммуникация». Элементы процесса коммуникации. Способы распространения информации. Массовая коммуникация и ее характеристики. Публичные коммуникации и публичная сфера. Понятия «информационной процесс» и «информационное пространство». Структура информационного пространства. Единицы информационного пространства, генерирующие информацию. Функции информационного пространства в современном мире. Формирование единого информационного пространства государства. Информационная инфраструктура. Государственные информационные ресурсы в основе



единого информационного пространства России. Цели формирования и развития единого информационного пространства. Признаки единого информационного пространства государства.

### ***Тема 3. Государственная информационная политика РФ.***

Информационное пространство как объект управления в системе государственной информационной политики. Государственная информационная политика РФ (ГИП), ее сущность и содержание. Структура Концепции ГИП РФ, принятой в 1998 году. Цели и задачи ГИП. Основные направления реализации ГИП и ее объекты. Система обеспечения информационной безопасности. Принципы и значение ГИП для различных областей общественной жизни. Актуальные проблемы построения в России информационного общества.

### ***Тема 4. Цели, задачи и функции связей с общественностью в органах государственной власти. Структура и специфика служб по связям с общественностью в органах власти.***

Необходимость и значение связей с общественностью в государственных структурах: 4 миссии. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти. Структура типичной PR-службы государственного учреждения и решаемые задачи основных ее подразделений. Место связей с общественностью в органах власти: проблемы и преимущества. Структура российского государственного PR. Особенности деятельности PR-служб в органах федерального, регионального и местного уровней.

### ***Тема 5. Современные технологии связей с общественностью. Практики и инструменты PR – подразделений в органах государственной власти и управления.***

Документальное сопровождение политической PR-деятельности. Правило конфиденциальности информации и источника. Медиарилейшенз и информационный PR. Основные группы документов PR-деятельности, характеристики медиатекстов и их формирование: пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный), медиа-кит (пресс-кит), бэкграундер, факт-лист, лист вопросов и ответов, биография, заявление для СМИ, байлайнер, статья-опровержение, поздравления, соболезнования. Формула SOLAADS. Копирайтинг и спичрайтинг.

### ***Тема 6. Информационно-аналитическое обеспечение и планирование PR-отделов. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов.***

Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью. Социальная и политическая направленность аналитической работы. Виды и уровни аналитических исследований. Формы и методы

анализа документов: контент-анализ, наблюдение, опрос и анкетирование. Изучение общественного мнения по результатам мониторинга средств массовой информации. Основные виды мониторинга средств массовой информации. Планирование и программирование, постановка целей. Оценка эффективности деятельности PR-служб. Определение проблемы и анализ ситуации. Использование контролируемых и неконтролируемых средств коммуникации, надежность источника сообщения.

***Тема 7. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти. Организация работы со средствами массовой информации.***

Взаимодействие структур государственной власти и общественных объединений. Система и инструменты связи между общественными организациями и государственными структурами, основные направления и принципы. Особенности PR и GP, лоббирование на региональном и местном уровнях в Российской Федерации. Основные формы и методы взаимодействия PR-служб государственных органов со средствами массовой информации и их особенности. База данных СМИ в работе PR-службы. Основные виды мероприятий для СМИ, этапы их проведения: пресс-конференции, брифинги, пресс-туры, телемосты, интервью, пресс-тур, презентация, конференция, круглый стол. Методы использования инструментов, основные приемы и технологии. Спин-докторинг и спичрайтинг.

***Тема 8. Результаты PR - деятельности: Брэнд. Имидж. Репутация. Основные компоненты и технологии формирования имиджа.***

Понятия «бренд» и «брендинг», «деловая репутация». Репутационный менеджмент. Процесс репутационного менеджмента. Основные характеристики положительной репутацией. Имидж как основа репутации и его характеристики. Имидж государственной власти. Персональный и корпоративный имидж. Влияние стратегического видения, программы (сверхзадачи, миссии) и ценностей организации на имидж: макротехнологии, микротехнологии. Основные компоненты и технологии формирования имиджа. Определение требований аудитории. Определение сильных и слабых сторон объекта. Конструирование образа и подведение характеристик объекта под требования аудитории. Перевод требуемых характеристик объекта в вербальную, визуальную и событийную формы. Роль лидеров мнений, как регулятора установок аудитории. Разработка единого фирменного стиля.

***Тема 9. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.***

Концептуальные основы информационного права и его понятийный аппарат. Информационные правоотношения. Правовое регулирование связей с общественностью. Ответственность за нарушение норм информационного права. Структура информационного законодательства. Конституционно-

правовая база регулирования информационных отношений и связи с общественностью. Общественный и частный доступ к информации. Законодательство РФ: Закона о СМИ (ч.1 ст. 38; ч. 1 ст.58), Закон об информации (п. 3 ст. 3; п. 3 ч. 4 ст. 8; ч. 6 ст. 8), ст.140 УК РФ, ст. 5.39 КоАП, ст.4 ФЗ о госслужбе, доктрина информационной безопасности РФ. Постановления Правительства РФ, как регулятор информационной открытости органов власти и управления. Право СМИ на критику власти, трудности его реализации. Особые правовые режимы в практической деятельности PR-подразделений органов власти.

## **5. Планы практических (семинарских) занятий.**

Цель проведения семинарских (практических) занятий заключается в закреплении полученных теоретических знаний на лекциях и в процессе самостоятельного изучения студентами специальной литературы и других доступных источников информации. Основной формой проведения семинарских (практических) занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам в различной форме, а также разбор учебных кейсов и практических ситуаций, демонстрация управленческих навыков в ролевых и деловых играх. В рамках каждого раздела проводятся контрольные работы или опросы по пройденному материалу.

***Тема 1. Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции. PR как наука и ее задачи.***

1. Входной контроль по теме семинара.
2. Вопросы и задания для самоконтроля:
  - 2.1. Дайте определение понятия «связи с общественностью». Охарактеризуйте многообразие подходов к определению этого понятия.
  - 2.2. В чем заключаются основные характеристики пиарологии как науки о PR.
  - 2.3. Определите объект и предмет науки о связях с общественностью науки о связях с общественностью.
  - 2.4. Перечислите фундаментальные, прикладные и фундаментальные и технологические задачи пиарологии.
  - 2.5. Дайте определение понятия «PR-общественность». Какая часть целевой общественности считается внешней общественностью для любого субъекта PR? На какие основные социальные группы можно разделить внешнюю общественность?
  - 2.6. Какие виды субъектов составляют субъектное пространство связей с общественностью.
3. Темы докладов:

3.1. Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.

3.2. Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.

3.3. Основные этапы развития PR в России.

4. Методические рекомендации:

При изучении первой темы, имеющей вводный характер, важно разобраться в том, что является объектом и предметом дисциплины – связи с общественностью (PR) как науки и каковы методы познания этой дисциплины. Здесь же следует уяснить сущностное содержание понятия связей с общественностью, и рассмотреть соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг. Раскрыть цели и функции PR. При рассмотрении вопроса «становление PR как науки и учебной дисциплины» важно показать исторический аспект становления и развития науки и учебной дисциплины. Используя конкретный материал постарайтесь раскрыть экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «публик рилейшнз» в России. Важно раскрыть не просто роль PR в современном обществе, но и показать факторы, обуславливающие возрастание этой роли.

5. Практические задания и задачи:

5.1. Изучив литературу, где предлагается определение понятия «связи с общественностью», выделить определения у разных авторов, сопоставить их и выявить общее и различное. На основе этого дать собственное определение «связи с общественностью». Затем сопоставить определения «связи с общественностью», «рекламы», «маркетинга», «пропаганды» и выделить их объекты деятельности, аудиторию и цели. Заполнить таблицу, отражающую сущностные отличия связей с общественностью от рекламы, маркетинга и пропаганды:

Вид коммуникативной деятельности	Объект	Аудитория	Цель
Связи с общественностью			
Пропаганда			
Реклама			
Маркетинг			

5.2. Тест по теме «Связи с общественностью как наука».

1. Впервые термин public relations был употреблен в значении...

А. «взаимосвязь общественных действий»; В. «совокупность способов для привлечения внимания общества»; С. «действие во благо общества»;

D. «общественные коммуникации во благо»

2. Выберите к какой группе дефиниций относится определение PR, описывающее практику и технологические приемы деятельности специалистов по связям с общественностью. А. рассматривающие PR как область и сферу деятельности; В. нормативные; С. Аналитические; D. определяющих PR «как функцию менеджмента».

3. К какому виду социальных практик относится медиарилейшнз?

А. устроительный PR; В. неинформационный PR; С. неустроительный PR; D. информационный PR.

4. Социальные PR-практики чаще всего реализуются в виде...

А. PR-акции; В. презентаций и конференций; С. PR-компании; D. лоббистских мероприятий.

5. Определите, к какой PR-деятельности относится сбор, обработка и передача массовой информации значимой аудитории с помощью телевидения.

А. Реклама; В. Журналистика; С. Кинематография; D. PR в органах государственной власти.

6. Продолжите верно определение. Пиарология – это наука, изучающая закономерности, принципы и механизмы формирования... А. связей с общественностью, как совокупности социальных коммуникативных практик; В. социальных коммуникативных практик; С. совокупности связей с общественностью; D. социальных коммуникативных практик, как совокупность связей с общественностью.

7. Пиарология является информационно-коммуникативной дисциплиной, принадлежащей к сообществу социальных наук, изучающих общество. Чем является данное утверждение? А. определением пиарологии; В. одной из характеристик пиарологии; С. определением объекта изучения пиарологии; D. определением предмета пиарологии.

8. .... науки о связях с общественностью являются закономерности, принципы и механизмы формирования и функционирования PR как социальных коммуникативных практик, а ..... является совокупность социальных коммуникативных практик. Заполните пробелы, выбрав правильный вариант ответа с соответствующей последовательностью слов в предложении. А. предметом..., а объектом ... В. субъектом..., а предметом... С. объектом..., а предметом... D. предметом..., а субъектом...

9. Какие из предложенных ниже задач исследования совокупности социальных коммуникативных практик относятся к фундаментальным задачам? А. определение перспектив создания и внедрения новых PR-технологий; обобщение опыта европейских связей с общественностью; В. развитие отечественных научных школ; создание научной специальности; С. анализ и оценка социальных и социально-политических последствий реализации PR-проектов; исследования в области истории и перспектив развития PR; D. разработка методологических основ пиарологии, ее связей с другими науками, методологии PR-исследований; разработка и обоснование теоретических основ PR-деятельности в различных сферах

10. Какие из предложенных ниже задач исследования совокупности социальных коммуникативных практик относятся к прикладным задачам?

А. создание единого профессионального лексикона, глоссария; развитие отраслевых дисциплин пиарологии; В. развитие отечественных научных школ; обобщение опыта европейских связей с общественностью; С. определение перспектив создания и внедрения новых PR-технологий, их применение; анализ и оценка социальных и социально-политических последствий реализации PR-проектов; D. исследования в области истории и перспектив развития PR; обобщение регионального опыта.

6. Литература:

6.1. Основная литература:

1. Кривонос А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник для вузов / Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. – Спб.: Питер, 2012. – 384 с.

2. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник/А.А. Марков. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 190 с.

3. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник/А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 329 с.

6.2. Дополнительная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата/под ред. М.М. Васильевой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 495 с.

2. Управление общественными отношениями: учебник/ под общ. ред. В. С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009. - 352 с.

3. Пужаев А. В. Управленческие решения: учебное пособие/А. В. Пужаев. - М.: КНОРУС, 2012. - 192 с.

4. Смирнов Э. А. Теория организации: учебное пособие/ Э. А. Смирнов. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 248 с.

5. Латфуллин Г. Р. Теория организации: учебник/ Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. - М.: Юрайт, 2013. - 448 с.

***Тема 2. Теория коммуникации как базовая основа PR. Связи с общественностью в информационном пространстве. Информационное пространство в системе ГИП.***

1. Входной контроль по теме семинара.

2. Вопросы и задания для самоконтроля:

2.1. Дайте определение понятия «дискурс».

2.2. Приведите полный список типовых операций с информацией, которые относятся к информационным процессам. Какие три основных типа информационных процессов, присутствуют в любых других более сложных

процессах?

2.3. Перечислите признаки социальной информации.

2.4. Совокупность каких элементов описывает модель процесса коммуникации и модель PR-коммуникаций?

2.5. Что относится с государственным информационным ресурсам?

2.6. Назовите основные цели и функции формирования и развития единого информационного пространства.

3. Темы докладов:

3.1. Информационные процессы в обществе.

3.2. Специфика восприятия социальной информации в массовой коммуникации.

3.3. Эволюция развития единого информационного пространства России.

4. Методические рекомендации:

При рассмотрении темы, прежде всего, необходимо раскрыть термины «Информация» и «Коммуникация» как одних из самых употребляемых понятий современности, следует показать каким образом системы коммуникации радикально преобразуют среду, в которой живет современный человек. При этом следует более подробно рассмотреть элементы коммуникации, выявить взаимосвязь и особенности процесса коммуникации и связей с общественностью. Здесь же важно показать основные коммуникативные революции: появление речи, письменности, книгопечатания, электронных средств информации, Интернета; проанализировать роль коммуникативных революций для развития общества и процесса коммуникации. Подробно раскрыть содержание вербальной и невербальной коммуникации.

Далее следует охарактеризовать основные теории массовой коммуникации, дать понятие средств массовых коммуникаций и их отличие от средств массовой информации. Затем надо проанализировать основные средства массовой коммуникации и показать их роль в организации связей с общественностью.

Важно рассмотреть сущность и цели формирования единого информационного пространства государства. При рассмотрении данного вопроса определить информационные ресурсы, как основу единого информационного пространства России. При этом выделить их роль в деятельности органов государственной власти и в формировании единого информационного пространства страны.

5. Практические задания и задачи:

5.1. Изучив основные элементы информационного пространства, изобразите схематически структуру информационного пространства и информационной сферы.

5.2. Распределите основные понятия, определения и термины в правильном порядке:

№	Определение	Содержание
1	Информационный процесс - это	А) вид речевой коммуникации, основанный на обсуждении и обосновании любых значимых аспектов действий, мнений и высказываний ее участников; социальный процесс, в который включен текст.
2	Информационная инфраструктура - это	Б) когда информационное пространство создает особую среду мобильной коммуникации субъектов деятельности, в рамках которой они осуществляют информационный обмен.
3	Информационная сфера – это	В) совокупность информационных ресурсов и информационной инфраструктуры, позволяющая на основе единых принципов и по общим правилам обеспечивать безопасное информационное взаимодействие государства, организаций и граждан при их равнодоступности к открытым информационным ресурсам, а также максимально полное удовлетворение их информационных потребностей на всей территории государства при сохранении баланса интересов на вхождение в мировое информационное пространство и обеспечение национального информационного суверенитета.
4	Геополитическая функция информационного пространства - это	Г) один из видов пространства (наряду с физическим и другими); многомерное пространство социальных процессов, социальных отношений, социальных практик, социальных позиций и социальных полей, функционально взаимосвязанных между собой.
5	Информационный поток - это	Д) это среда, которая обеспечивает возможность сбора, передачи, хранения, автоматизированной обработки и распространения информации в обществе.
6	Информационное поле – это	Е) совокупность всей сосредоточенной в данном объеме пространства - времени информации, безотносительно к ее форме и состоянию, находящейся в отрыве, как от объекта отражения, так и от субъекта восприятия.
7	Социальное пространство -	Ж) когда информационное пространство формирует собственные ресурсы и изменяет значимость традиционных ресурсов, создавая новую среду геополитических отношений.
8	Единое информационное пространство страны - это	З) совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов, осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации, а также системы регулирования возникающих при этом общественных отношений.
9	Коммуникативная функция информационного пространства – это	И) совокупность информации, перемещающейся в информационном пространстве по каналу коммуникации
10	Дискурс – это	К) процесс создания, сбора, обработки, накопления, хранения, поиска, передачи, получения, использования и уничтожения, распространения и потребления информации.

5.3. Тест по теме «Информационный процесс и информационное пространство».

1. Что лежит в основании связей с общественностью (PR)?

А. социальная информация; В. массовая коммуникация; С. средства массовой информации; D. социальная коммуникация.

2. Что обычно понимают под коммуникацией? А. взаимодействие социальных субъектов; В. движение информации от одного субъекта к другому; С. верны варианты А и В; D. все варианты не верны.

3. Назовите сколько постоянных элементов имеет процесс коммуникации? А. 1; В. 2; С. 3; D. 4.

4. Коммуникация через межличностные контакты является одним из ..... распространения и передачи информации. Заполните верно



смысловой пробел. А. видов; В. способов; С. механизмов; D. элементов.

5. Процесс производства и передачи информации большим, рассредоточенным массам людей с помощью специальных технических средств это: А. средства массовой информации; В. массовая информация; С. социальная коммуникация; D. массовая коммуникация.

6. В каком варианте ответа верно указаны обе особенности характеризующие массовую коммуникацию?

А. массовость аудитории, высокая потребительская стоимость получаемой информации; В. отсутствие специальных технических средств, низкая потребительская стоимость получаемой информации; С. быстрое распространение сообщений; массовость аудитории; D. ее гетерогенность; медленное распространение сообщений из-за массовости аудитории.

7. К средствам массовой информации относятся... А. журналистика, PR, реклама; В. вариант С и D; С. фото, кино, книги; D. радио, интернет, TV.

8. Что подразумевают под пространством, в котором различные социальные системы, правительство, партии, профсоюзы, масс-медиа ведут общественную дискуссию и могут вступать в определенную оппозицию? Это: А. публичная сфера; В. дискурс; С. публичная коммуникация; D. Социальная сфера.

9. Публичные коммуникации возникают, формируются и функционируют в..... А. публичной сфере; В. демократическом обществе; С. условиях свободного обмена мнениями; D. все варианты.

10. Определите место информационного пространства (ИП). Выберите верное утверждение. А. ИП входит в систему информационных процессов; В. ИП является элементом систем массового сознания и психики; С. ИП создает систему сложного порядка из информационных процессов, информационных систем и систем массового сознания и психики; D. ИП создает систему сложного порядка из информационных систем.

11. Является ли формирование информационных ресурсов, подготовки информационных продуктов, предоставления информационных услуг областью информационной сферы? А. да; В. нет; С. перечисленное является объектами информационной сферы; D. перечисленное является процессами информационной сферы.

12. Информационное поле это - ..... информационного пространства. Заполните верно пробел. А. составляющая; В. объем; С. совокупность объема и времени; D. Форма.

13. Как называются элементы информационного пространства (ИП), реализующие и осуществляющие массовое информирование (СМИ), активно обозначающие свои интересы в информационном пространстве и генерирующие информационные потоки? А. Субъекты деятельности ИП; В. Объекты управления ИП; С. верны оба варианта; D. информационные поля.

14. К единицам, генерирующим информацию в информационном пространстве, не относятся: А. ньюсмейкеры и лидеры мнений; В. области информационных каналов и межличностное отношение; С. эксперты и

коммуникаторы; Д. производители специальной информации.

15. Какая функции информационного пространства выполняет объединение в единую среду различные виды человеческой деятельности и занимающихся ими субъектов, как отдельных людей, так и целые государства? А. Геополитическая; В. Социальная; С. Интегрирующая; Д. Коммуникативная.

6. Литература:

6.1. Основная литература:

1. Кривонос А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник для вузов / Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. – Спб.: Питер, 2012. – 384 с.

2. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата/под ред. М.М. Васильевой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 495 с.

3. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник/А.А. Марков. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 190 с.

6.2. Дополнительная литература:

1. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник/А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 329 с.

2. Управление общественными отношениями: учебник/ под общ. ред. В. С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009. - 352 с.

3. Пужаев А. В. Управленческие решения: учебное пособие/А. В. Пужаев. - М.: КНОРУС, 2012. - 192 с.

4. Смирнов Э. А. Теория организации: учебное пособие/ Э. А. Смирнов. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 248 с.

5. Латфуллин Г. Р. Теория организации: учебник/ Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. - М.: Юрайт, 2013. - 448 с.

### ***Тема 3. Государственная информационная политика РФ.***

1. Входной контроль по теме семинара.

2. Вопросы и задания для самоконтроля:

2.1. Сформулируйте симптомы информационного кризиса и назовите факторы их проявления в нашей стране.

2.2. Почему информационная политика должна иметь концепцию?

2.3. Какие проблемы построения в России информационного общества вы считаете наиболее актуальными?

2.4. Какие цели и задачи стоят перед ГИП?

2.5. Каково соотношение между внутренней, внешней и информационной политикой?

### 3. Темы для доклада:

3.1. Информационное пространство как объект управления в системе Государственной информационной политики (ГИП).

3.2. Роль Государственной информационной политики для общества, предпосылки ее формирования.

3.3. Информационные ресурсы и телекоммуникационная инфраструктура РФ.

### 4. Методические рекомендации:

Изучая данную тему важно рассмотреть сущность и содержание Государственной информационной политики. Необходимо раскрыть суть и потребность формирования Государственной информационной политики, здесь же важно показать эволюционные этапы построения информационного общества в России.

Далее необходимо уяснить каким образом используется систематизация объектов управления, раскрыть понятия «гипертекстовое пространства», «онлайновые сообщества и сетевые группы», которые способствуют раскрытию такого основного понятия как «сетевое гражданское общество».

Используя конкретный материал – «Концепция государственной информационной политики РФ» от 15 октября 1998 года - изучите структуру, Концепции принципы и механизмы ее реализации в России. Важно знать не только объекты, задачи ГИП и понимать ее содержание, как неотъемлемую составляющую внешней и внутренней политики российского государства, но и усвоить спрогнозированные в ней результаты воздействия на социально-экономическое, политическое и культурное развитие России.

### 5. Практические задания и задачи:

5.1. Все студенты группы условно делятся на 4 подгруппы, каждая из которых получает задание - ознакомьтесь со статьей «Интернет, в котором мы живем. Новая информационно-коммуникационная среда. Состояние, проблемы, вызовы. Попытка осмысления» («Независимая газета», 8 июня 2011 г.).

Задание: Сделайте аргументированный вывод: с какими положениями доклада вы согласны, а с какими - нет и почему?

Рекомендации: После изучения статьи в учебной аудитории студенты занимают места в соответствии с участием в группе. Обмениваются подготовленными аргументами, формируют единый с их точки зрения наиболее верный материал ответа в соответствии поставленными задачами практикума. Каждой группе предоставляется возможность презентовать свои аргументы. Преподаватель подводит итоги. Отмечает сильные и слабые стороны выполненной работы, технологию обсуждения аргументов в группах.

5.2. Все студенты группы условно делятся на 4 подгруппы, каждая из которых получает задание – самостоятельно проанализировать основные требования к публикациям в научно-практическом журнале

«Информационные ресурсы России», издаваемом ФГБУ "Российское энергетическое агентство" Минэнерго России.

Задание: Сделайте аргументированный вывод: чем интересен журнал, на какую аудиторию рассчитаны его публикации, какие научно-социальные сферы затрагивают его разделы, какие на ваш взгляд задачи решает данной средство массовой информации в социуме согласно основным задачам государственной информационной политики РФ, сформулируйте каким целям государственной информационной политики РФ соответствует целевая направленность журнала.

Рекомендации: Исследование целесообразно провести в течение 2-3 дней с приложением каткого содержания последнего выпуска журнала по его тематическим рубрикам. Затем на семинаре в учебной аудитории студенты занимают места в соответствии с участием в группе. Обмениваются подготовленными аргументами, формируют единый с их точки зрения наиболее верный материал ответа в соответствии поставленными задачами практикума. Каждой группе предоставляется возможность презентовать свои аргументы. Преподаватель подводит итоги. Отмечает сильные и слабые стороны выполненной работы, технологию обсуждения аргументов в группах.

## 6. Литература:

### 6.1. Основная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата/под ред. М.М. Васильевой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 495 с.

2. Управление общественными отношениями: учебник/ под общ. ред. В. С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009. - 352 с.

3. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник/А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 329 с.

### 6.2. Дополнительная литература:

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

2. Кривоносов А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник для вузов / Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. – Спб.: Питер, 2012. – 384 с.

3. Пужаев А. В. Управленческие решения: учебное пособие/А. В. Пужаев. - М.: КНОРУС, 2012. - 192 с.

4. Смирнов Э. А. Теория организации: учебное пособие/ Э. А. Смирнов. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 248 с.

5. Латфуллин Г. Р. Теория организации: учебник/ Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. - М.: Юрайт, 2013. - 448 с.

***Тема 4. Цели, задачи и функции связей с общественностью в органах государственной власти. Структура и специфика служб по связям с***

## ***общественностью в органах власти.***

1. Входной контроль по теме семинара.
2. Вопросы и задания для самоконтроля:
  - 2.1. По каким критериям отличается деятельность PR-служб на федеральном, региональном и местном уровнях?
  - 2.2. Каковы цели связей с общественностью в органах власти?
  - 2.3. Сформулируйте основные задачи связи с общественностью в органах власти?
  - 2.4. Выделите основные функции связей с общественностью в государственных структурах.
  - 2.5. Какие отделы входят в структуру типичной PR-службы госучреждения?
3. Темы для доклада:
  - 3.1. Развитие служб по связям с общественности в современной России.
  - 3.2. Структура и функции PR-службы (на примере региона РФ).
  - 3.3. Функции и задачи ПР - специалиста.

### 4. Методические рекомендации:

При рассмотрении данной темы студенту прежде всего необходимо уяснить процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение. Здесь же крайне необходимо подробно проанализировать задачи, функции и структуру отделов и служб PR в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях. Нужно также внимательно рассмотреть структуру типовой службы в области связей с общественностью.

Особо внимательно следует рассмотреть функции и задачи ПР - специалиста в работе со СМИ (media relations), различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Кроме того, при рассмотрении данной темы важно выявить роль PR в современной государственной системе, определить цели связей с общественностью в государственном управлении.

Не менее важно раскрыть отличия PR – в структурах законодательной, исполнительной и судебной государственной власти, рассмотреть структуру российского государственного PR - рынка и привести примеры по субъектам этой сферы деятельности. Далее следует привести примеры и раскрыть особенности деятельности службы по связям с общественностью на федеральном уровне, а также уровне субъекта федерации, местного самоуправления.

### 5. Практические задания и задачи:

- 5.1. Изучив функции, задачи и структуру пресс-служба Президента РФ

определите особенности функционирования федерального органа власти. Чем отличаются задачи от функций пресс-службы федерального органа?

5.2. Изучите функции и задачи подразделений по связям с общественностью федеральных органов власти по трем ветвям власти, на примере управления информации и взаимодействия со СМИ Аппарата Совета Федерации, департамента пресс-службы и информации Правительства РФ, Центр общественных связей (ЦОС) Министерства юстиции РФ, а также Управления Президента Российской Федерации по общественным связям и коммуникациям и определите их структурные отличия.

5.3. Рассмотрите структуру и особенности функционирования пресс-службы регионального органа власти на примере пресс-службы администрации Краснодарского края и определите, в чем их отличия от пресс-служб федеральных органов.

5.4. Изучите функции, задачи и структуру департамента информационной политики администрации Алтайского края и определите его структурные отличия от подразделений по связям с общественностью, пресс-служб в других регионах.

Рекомендации: Решение выше перечисленных заданий предполагается на основе подготовленного преподавателем раздаточного материала каждым студентом, а также самостоятельного изучения официальных сайтов указанных ведомств и исследования опубликованной в них документации (нормативно-правовых актов).

## 6. Литература:

### 6.1. Основная литература:

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

2. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата/под ред. М.М. Васильевой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 495 с.

3. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник/А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 329 с.

### 6.2. Дополнительная литература:

1. Кривоносов А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник для вузов / Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. – Спб.: Питер, 2012. – 384 с.

2. Управление общественными отношениями: учебник/ под общ. ред. В. С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009. - 352 с.

3. Пужаев А. В. Управленческие решения: учебное пособие/А. В. Пужаев. - М.: КНОРУС, 2012. - 192 с.

4. Смирнов Э. А. Теория организации: учебное пособие/ Э. А. Смирнов. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 248 с.

5. Латфуллин Г. Р. Теория организации: учебник/ Г. Р. Латфуллин, А. В.

Райченко. - М.: Юрайт, 2013. - 448 с.

**Тема 5. Современные технологии связей с общественностью. Практики и инструменты PR – подразделений в органах государственной власти и управления.**

1. Входной контроль по теме семинара.

2. Вопросы и задания для самоконтроля:

2.1. Какие основные группы документов, используемых пресс-службами государственных структур вы знаете?

2.2. Расшифруйте формулу SOLAADS и расскажите о сфере ее применения.

2.3. В чем отличия между «заявлением для СМИ» и «статьей-опровержение»?

2.4. Какую роль выполняет пресс-кит, что входит в его состав при формировании?

2.5. Какие бывают разновидности «интервью первого лица», как PR-документа?

3. Темы для доклада:

3.1. Технологии написания речей для руководителя.

3.2. Политические заявления в информационной работе.

3.3. Инструментарий внутрикорпоративного PR. Организационные и обучающе-стимулирующие ресурсы.

4. Методические рекомендации:

Раскрывая обозначенную тему, важно уяснить, что любая деятельность в сфере связей с общественностью независимо от той сферы, в которой она проводится, целиком и полностью базируется на определенных PR-документах. Здесь же следует подробно рассмотреть различные виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования. При рассмотрении отдельных видов документов важно выявить особенности каждого из них, их отличия друг от друга, специфику подготовки и распространения документов.

5. Практические задания и задачи:

5.1. Решение кейсов: Кейс №1. Описание ситуации: 20 ноября 2010 г. Состоялась расширенная коллегия ФНС России, посвященная итогам работы Службы за девять месяцев 2010 года и основным задачам до конца текущего года.

Задание: Постройте содержание текста пресс-релиза для СМИ по указанному событию в классической формуле SOLAADS.

Кейс №2. Описание ситуации: Руководитель Краевого Многофункционального центра (МФЦ) в Красноярском крае сообщил

персоналу по связям с общественностью, что через неделю состоится церемония открытия районного филиала Центра в одном из муниципальных образований края. В связи с предстоящим событием, он раздал соответствующие поручения каждому из специалистов в соответствии с выполняемыми ими задачами.

Задание: Выступите в роли Спичрайтера (используя основные правила его работы) для руководителя, которому предстоит выступить на указанном мероприятии.

5.2. Работа с разноплановыми текстами: обзор СМИ, пресс-релиз, пресс-цит, статья-заявление, опровержение и др. Студентам выдаётся раздаточный материал (наглядное пособие PR-документов и PR-текстов).

Задание: Ознакомьтесь со структурой документов, выделите их основные разделы и определите к какому типу документов они относятся. Зафиксируйте их основные характеристики и содержание.

Рекомендации: Решение задания предполагается на основе подготовленного преподавателем раздаточного материала каждым студентом или в группах, а также для самостоятельного изучения документации.

## 6. Литература:

### 6.1. Основная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата/под ред. М.М. Васильевой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 495 с.

2. Кривонос А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник для вузов / Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. – Спб.: Питер, 2012. – 384 с.

3. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник/А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 329 с.

### 6.2. Дополнительная литература:

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

2. Управление общественными отношениями: учебник/ под общ. ред. В. С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009. - 352 с.

3. Пужаев А. В. Управленческие решения: учебное пособие/А. В. Пужаев. - М.: КНОРУС, 2012. - 192 с.

4. Смирнов Э. А. Теория организации: учебное пособие/ Э. А. Смирнов. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 248 с.

5. Латфуллин Г. Р. Теория организации: учебник/ Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. - М.: Юрайт, 2013. - 448 с.

***Тема 6. Информационно-аналитическое обеспечение и планирование PR-отделов. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов.***



1. Входной контроль по теме семинара.

2. Вопросы и задания для самоконтроля:

2.1. Назовите основные формы аналитической обработки материалов.

2.2. Назовите основные виды исследований, применяемых в PR-деятельности. Каково их значение в области эффективности PR?

2.3. Что происходит на этапе планирования деятельности PR-отделов?

2.4. Назовите виды методов оценки PR-деятельности. Как оценить эффективность работы PR-отделов?

2.5. Что включает в себя контент-анализ?

3. Темы для доклада:

3.1. Сбор данных в системе управления общественными отношениями.

3.2. Исследовательская деятельность в области связей с общественностью.

3.3. Особенности работы с интернет-коммуникациями: ведение официального сайта, работа с блогами и социальными сетями.

4. Методические рекомендации: При изучении темы важно усвоить организационные принципы информационно-аналитической деятельности. Также необходимо научиться разделять информационно-технологический, информационный и аналитический уровни информационно-аналитической деятельности. Нужно понять специфику информационно-аналитической деятельности в органах государственной власти и ознакомиться с проблемами совершенствования методологии и методик проведения информационно-аналитической деятельности. Здесь же следует рассмотреть работу с входящей, исходящей и внутренней информацией в информационно-аналитическом отделе. Необходимо изучить не только основные процедуры информационной диагностики, но и понятие внешних и внутренних индикаторов.

Основные подходы к проведению мониторинга СМИ и к организации работы по изучению общественного мнения, а также политических процессов является одним из приоритетным направлением освоения данной темы. Сюда же входит освоение особенностей планирования деятельности отделов по связям с общественностью и правила объективной оценки эффективности их деятельности.

5. Практические задания и задачи:

5.1. Практическое задание предполагает решение задач по определению оценки эффективности PR-деятельности, направленной на создание положительного имиджа высшего должностного лица субъекта Российской Федерации.

Задание: Используя основные методы оценки эффективности деятельности PR-отделов на основе официального сайта администрации

субъекта Российской Федерации (области, края или республики), оцените эффективность следующих инструментов PR относительно высшего должностного лица региона: рассылка пресс-релизов, организация пресс-конференции, корпоративные и специальные мероприятия, использование СМИ для публикаций.

Рекомендации: Решение выше перечисленных задач предполагается на основе подготовленного преподавателем раздаточного материала каждым студентом, а также самостоятельного изучения официальных сайтов регионов России, блогов высших должностных лиц, исследования публикаций в региональных СМИ и информационных агентств.

Эффект от рассылки пресс-релизов может быть оценен по количеству подготовленных на официальном сайта администрации субъекта Российской Федерации (области, края или республики) и опубликованных пресс-релизов в СМИ. Например, 70 пресс-релизов о деятельности высшего должностного лица региона опубликовано за прошедший месяц (квартал или год, полгода) на официальном сайте. Промониторив основные информационное агентства и СМИ за тот же период, установлено, что в них было опубликовано 50 новостных событий по темам пресс-релизов. Из этого следует. Что эффективность рассылки составила примерно 71,4%.

Для оценки эффективности пресс-конференций необходимо сформировать круг необходимых СМИ, затем сравнить показатели «целевых СМИ» и «аккредитованных СМИ»: посчитать количество вопросов; проанализировать заданные вопросы и ответы на них; подсчитать и проанализировать публикации после пресс-конференции.

Оценка эффективности корпоративных, специальных мероприятий и использования СМИ для публикаций (качественная методика) может быть проведена путем опросов или анкетирования, а также мониторингом публикаций в СМИ.

5.2. Используя теоритические знания о структуре и оформления новостных обзоров СМИ, сформируйте месячный обзор ведущих СМИ по средствам их исследования и мониторинга на следующие темы: о наводнении в Алтайском крае, присоединение Крыма к России, падение метеорита в Челябинске и др.

Рекомендации: выполнение практического задания возможно, как в группах (3-4 студента) на базе интерактивного класса, так и самостоятельно каждым студентом на дому. Преподавателем раздаются карточки с заданиями, в которых указана тематика мониторинга и перечень основных информационных агентств и средств массовой информации. После оформления обзора СМИ совместно преподавателем в аудитории осуществляется разбор основных разделов подготовленных дайджестов, их оформление и содержание.

## 6. Литература:

### 6.1. Основная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата/под ред. М.М. Васильевой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 495 с.

2. Управление общественными отношениями: учебник/ под общ. ред. В. С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009. - 352 с.

3. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник/А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 329 с.

6.2. Дополнительная литература:

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

2. Кривонос А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник для вузов / Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. – Спб.: Питер, 2012. – 384 с.

3. Пужаев А. В. Управленческие решения: учебное пособие/А. В. Пужаев. - М.: КНОРУС, 2012. - 192 с.

4. Смирнов Э. А. Теория организации: учебное пособие/ Э. А. Смирнов. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 248 с.

5. Латфуллин Г. Р. Теория организации: учебник/ Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. - М.: Юрайт, 2013. - 448 с.

***Тема 7. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти. Организация работы со средствами массовой информации.***

1. Входной контроль по теме семинара.

2. Вопросы и задания для самоконтроля:

2.1. Сформулируйте основные задачи связей с общественностью в госучреждении со СМИ.

2.2. Какие этапы работы включает в себя мониторинг СМИ? Как формируется база данных для мониторинга СМИ?

2.3. Какие виды специальных мероприятий для СМИ и общественных объединений вы можете назвать?

2.4. В чем заключаются плюсы и минусы пресс-тура в отличие от других медиамероприятий?

2.3. Назовите основные технологические приемы спин-докторинга, применяемые PR-подразделениями органов власти.

2.5. Каковы основные направления и формы взаимодействия государственных структур и общественных объединений в России?

3. Темы для доклада:

3.1. Понятие целевой аудитории и ключевых целевых групп PR-кампании.

3.2. Механизмы управления информацией: информационный повод.

3.3. Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий.

4. Методические рекомендации:

Рассматривая структуру внешней среды подразделений связей с общественностью, важно раскрыть основные принципы взаимодействия политических акторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами). Необходимо ознакомиться с основными направлениями и методами PR-служб государственных органов со СМИ и уяснить причины все более возрастающей зависимости людей от информации. Здесь же следует рассмотреть роль PR-подразделений как посредника между государством и обществом. Нужно понять, что право граждан на получение информации о деятельности госорганов не подлежит сомнению, и оно признается одним из важнейших гражданских прав, а изучение и формирование, а также коррекция общественного мнения рассматриваются как обязательный инструмент государственной политики.

В процессе ознакомления с системой связи между общественными объединениями и государственными структурами нужно усвоить инструментарий их взаимодействия, рассмотрев такие основные понятия как «общественная организация», «общественный фонд», «общественное учреждение», «политическая партия», «союз», «лоббистская деятельность». Затем ознакомиться с ролью и задачами волонтерских движений и НКО, а также механизмами работы с ними.

Обязательным является изучение информации, которую должна содержать база данных СМИ. При изучении данной темы полезно рассмотреть различные взгляды практиков на проблему общения с прессой и общие правила содержательного и поведенческого блоков.

5. Практические задания и задачи:

5.1. Деловая игра «Пресс-конференция» или «Брифинг»: студенты делятся на 3 группы «журналисты», «руководители» и «специалисты пресс-службы» какого-либо органа. По заранее разработанному сценарию каждой группа выполняет свою роль, зачитывая вопросы и ответы пресс-конференции (задает вопросы или отвечает в зависимости от роли), а пресс-служба организывает и координирует ход пресс-конференции (брифинга), ведет запись и фотосъемку, составляет список приглашенных СМИ и т.д.

Рекомендации: Проведение игры предполагает инсценировку основных этапов пресс-конференции или брифинга с использованием основных технологий их организации пресс-службами органов власти на практике. Для углубленного запоминания возможно заслушивание аудиозаписи пресс-конференции (брифинга) или просмотр видео для примера.

5.2. Деловая игра «Интервью»: студенты делятся на 3 группы «журналисты», «руководители» и «специалисты пресс-службы» какого-либо

органа власти. По заранее разработанному сценарию каждой группа выполняет свою роль, зачитывая вопросы и ответы, а пресс-служба организывает и координирует ход пресс-службы, ведет запись и фотосъемку, составляет список приглашенных СМИ и т.д.

Рекомендации: Проведение игры предполагает инсценировку основных этапов интервью с использованием основных технологий его организации пресс-службами органов власти на практике. Для углубленного запоминания возможно заслушивание аудиозаписи ведения интервью или просмотр видео для примера.

## 6. Литература:

### 6.1. Основная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата/под ред. М.М. Васильевой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 495 с.

2. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник/А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 329 с.

3. Кривонос А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник для вузов / Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. – Спб.: Питер, 2012. – 384 с.

### 6.2. Дополнительная литература:

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

2. Управление общественными отношениями: учебник/ под общ. ред. В. С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009. - 352 с.

3. Пужаев А. В. Управленческие решения: учебное пособие/А. В. Пужаев. - М.: КНОРУС, 2012. - 192 с.

4. Смирнов Э. А. Теория организации: учебное пособие/ Э. А. Смирнов. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 248 с.

5. Латфуллин Г. Р. Теория организации: учебник/ Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. - М.: Юрайт, 2013. - 448 с.

## ***Тема 8. Результаты PR - деятельности: Брэнд. Имидж. Репутация. Основные компоненты и технологии формирования имиджа.***

1. Входной контроль по теме семинара.

2. Вопросы и задания для самоконтроля:

2.1. Что является главной функцией имиджа? Почему сегодня создание позитивного имиджа госоргана или политика является важным?

2.2. Какие составляющие включают в себя «персональный» и «корпоративный» имидж?

2.3. Природа и специфика формирования имиджа лидера?

2.4. Назовите основные методы конструирования имиджа и создания положительной репутации.

2.5. Каким образом происходит перевод требуемых характеристик объекта в вербальную, визуальную и событийную формы.

3. Темы для доклада:

3.1. Основные аспекты использования СМИ в политической акции как инструмента формирования общественного мнения.

3.2. Характеристика основных элементов конструирования имиджа политика.

3.3. Конструирование средствами региональных СМИ имиджа политического руководителя и государственного служащего.

4. Методические рекомендации:

В рамках рассмотрения темы необходимо дать понятие имиджа: в рекламе, политике, связях с общественностью, а также рассмотреть содержание и роль имиджа в процессе коммуникации, сопоставить понятия имидж и субъективный образ. Определить, что входит в понятие имиджа государственной власти. Очень важно проанализировать основные составляющие имиджа. Выявить факторы, влияющие на восприятие имиджа.

Далее следует привести примеры по технологиям построения имиджей – политика и органа власти. Затем надо дать определения персонального и корпоративного имиджа, фирменного стиля, выявить требования, предъявляемые к связям с общественностью в органах власти, проанализировать отдельные аспекты связей с общественностью по формированию доверия, взаимоотношения со СМИ, с обществом, с сотрудниками; политические отношения.

Затем необходимо рассмотреть имидж как основу репутации. Раскрыть факторы формирования положительной репутации и ее особенности, рассмотреть основные характеристики. Не менее важно сосредоточить внимание на определении брэнда. Факторах его создания и изменения, выявить составляющие элементы брэнда, привести классификации брендов.

5. Практические задания и задачи:

5.1. Проанализируйте с точки зрения PR-специалиста текст листовки мэра Москвы С. Собянина (листовка выдается преподавателем) в поддержку кандидатов от партии «Единая Россия» на выборах в Госдуму. Дайте свою оценку содержания листовки и сделайте вывод.

5.2. Изучив основные понятия темы сформируйте их основные характерные черты и заполните таблицу:

<b>Понятия</b>	<b>Определение</b>	<b>Основные характеристики</b>	<b>Основные типы</b>	<b>Способы формирования</b>
Имидж				
Репутация				

Бренд				
-------	--	--	--	--

6. Литература:

6.1. Основная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата/под ред. М.М. Васильевой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 495 с.

2. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник/А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 329 с.

3. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник/А.А. Марков. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 190 с.

6.2. Дополнительная литература:

1. Кривонос А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник для вузов / Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. – Спб.: Питер, 2012. – 384 с.

2. Управление общественными отношениями: учебник/ под общ. ред. В. С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009. - 352 с.

3. Пужаев А. В. Управленческие решения: учебное пособие/А. В. Пужаев. - М.: КНОРУС, 2012. - 192 с.

4. Смирнов Э. А. Теория организации: учебное пособие/ Э. А. Смирнов. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 248 с.

5. Латфуллин Г. Р. Теория организации: учебник/ Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. - М.: Юрайт, 2013. - 448 с.

***Тема 9. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.***

1. Входной контроль по теме семинара.

2. Вопросы и задания для самоконтроля:

2.1. Что такое информационное право?

2.2. Что такое безопасность в информационной сфере деятельности власти и управления?

2.3. В чем главные различия между правовым и этическим регулированием практической деятельности PR-подразделений органов государственной власти разных уровней?

2.4. Перечислите законы и нормативные акты, регулирующие сферу связи с общественностью, которые вы знаете.

2.5. Назовите возможные санкции и меры ответственности за нарушение законов и этических норм в сфере коммуникативных технологий.

3. Темы для доклада:

3.1. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.

3.2. Кодекс профессиональных стандартов PRSA.

### 3.3. Декларация этических принципов РАСО.

#### 4. Методические рекомендации:

В данной теме необходимо рассмотреть подробно вопросы этики и профессиональные стандарты в PR. Изучение обозначенной проблемы дает возможность студенту получить четкое представление о нравственных и этических аспектах деятельности PR-специалиста. В этих целях целесообразно раскрыть краткое содержание кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКОС, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов РАСО. Привести примеры по правилам сертификации и лицензирования специалистов по PR. Рассмотреть основные направления деятельности ведущих национальных и международных объединений специалистов в области связей с общественностью: Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Европейская Конфедерация связей с общественностью (CERP), Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA), Крупнейшие международные независимые компании и сети агентств в области связей с общественностью.

Важно также рассмотреть правовое обеспечение связей с общественностью: международный, национальный уровень, уровень организаций. Показать значимость законодательного обеспечения как важнейшего фактора развития PR в России. Постарайтесь дать подробный анализ законов «О рекламе», «О СМИ». Желательно назвать примеры нормативного обеспечения деятельности PR-службы в организациях: положение об отделе, должностные обязанности сотрудников.

#### 5. Практические задания и задачи:

5.1. Интеллектуальная игра «Что?Где?Когда?»: Все студенты группы условно делятся на 2 подгруппы «команда знатоков» и «команда зрителей», в роли «ведущего» выступает преподаватель и один студент в роли «хранителя времени», который следит за временем и ведет счет игры. «Команда зрителей» самостоятельно формулирует 6 вопросов для «знатоков», которые озвучивает ведущий, а «знатоки» должны ответить на поставленные вопросы в течении определенного времени (1-3 минуты). Правильный ответ - один балл в пользу «знатоков», не правильный ответ – один балл в пользу «команды зрителей».

Рекомендации: Студенты при подготовке к игре изучают материал темы с использованием учебных пособий, нормативных актов, дополнительной литературы. Целесообразно подготовить вопросы заранее и в виде карточек (или писем в конвертах). В рамках игры важно произвести обмен ролями. Поэтому каждой команде, не зависимо от ролевой принадлежности, необходимо подготовить 6 вопросов для команды соперника. Преподаватель подводит итоги игры с помощью студента – «хранителя времени», совместно с аудиторией отмечают сильные и слабые ответы, выбирают самый интересный вопрос и лучшего игрока команд, рассматривают технологию обсуждения.



Вопросы для примера: 1. Назовите одно право и одну обязанность журналистов, закрепленные в ст. 47 и 49 Закона РФ «О средствах массовой информации», практически совпадающие по своему содержанию. Что именно их все же отличает? 2. Предположим, что руководитель органа государственной власти решил установить в официальном порядке режим оплаты журналистам и редакциям СМИ их участие в его пресс-конференциях. Не явится ли реализация такой идеи нарушением закона? Если «Да», то какого? 3. В каких случаях распространение скрытой аудио- и видеозаписи законом допускается? Каким именно законом? 4. Каковы требования российского законодательства относительно распространения в Интернете слухов, компромата, недостоверной или незаконной информации? 5. Как соотносится авторское право с правом каждого свободно получать и распространять информацию? 6. Кого, с вашей точки зрения, следует считать субъектом юридической ответственности за размещенный на форуме сайта СМИ незаконной или вредный контент?

5.2. Решение кейсов: Кейс №1. Описание ситуации: Для PR-специалистов нет ничего особенного в том, чтобы проявлять заботу о средствах информации, но только на временной основе. Не так обстоит дело среди государственных служащих. В 1978 г всеобщее внимание привлек факт создания условий для работы средств информации в общественных местах, например, судах или законодательных собраниях штатов. Им бесплатно предоставлялись парковка, пейджинговая связь и полностью оборудованное рабочее место, включая стол, пишущую машинку, телефон и даже обслуживающий персонал. Разумеется, расходы оплачивали налогоплательщики. Такой дополнительный доход (в карман журналистам) вызвал в Вашингтоне критику средств информации и Конгресса. Внезапно везде стали присматриваться к условиям, создаваемым государственными чиновниками для прессы, к большому неудовольствию тех из них, кто отвечал именно за связи со средствами массовой информации. Эти отношения серьезно осложнились, когда репортеров выставили за дверь. Тем не менее агентства новостей могли «сохранить лицо», оплачивая пользование предоставленными им удобствами.

Задание: Ознакомьтесь с ситуацией. Оцените ее, опираясь на моральный кодекс PRSA. Как, по вашему мнению, подобная ситуация могла повлиять на свободу прессы?

Кейс №2. Описание ситуации: Газета «Все путем» опубликовала на первой полосе сообщение о болезни премьер-министра. Информация была получена почти из первых рук, в результате приватной беседы с его пресс-секретарем. После публикации начались нападки на газету и обвинения в разглашении секретных сведений. Это, по уверениям обвинителей, наносило вред государственным интересам страны. Некоторые высокопоставленные чиновники потребовали закрытия газеты и выдвигали редактору обвинения в государственной измене.

Задание: Ознакомьтесь с ситуацией. Оцените ее, опираясь на правовые нормы, регулирующие информационную деятельность и профессиональные этические кодексы. Предложите свои решения по выходу из данного кризиса.

Кейс №3. Описание ситуации: Официальный сайт администрации города Н. в общей информации об органе местного самоуправления содержит следующие данные: наименование и структура органа местного самоуправления, почтовый адрес, адрес электронной почты, номера телефонов; сведения о главе администрации города, структурных подразделениях органа местного самоуправления, руководителях комитетов и подведомственных организаций; сведения о средствах массовой информации, учрежденных органом местного самоуправления.

Задание: На основе статьи 13 (Информация о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления) Федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» проанализируете содержание сайта органа власти на предмет его соответствия по п.1. ст.13 названного ФЗ.

#### 6. Литература:

##### 6.1. Основная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата/под ред. М.М. Васильевой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 495 с.

2. Управление общественными отношениями: учебник/ под общ. ред. В. С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009. - 352 с.

3. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник/А.А. Марков. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 190 с.

##### 6.2. Дополнительная литература:

1. Кривонос А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник для вузов / Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. – Спб.: Питер, 2012. – 384 с.

2. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник/А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 329 с.

3. Пужаев А. В. Управленческие решения: учебное пособие/А. В. Пужаев. - М.: КНОРУС, 2012. - 192 с.

4. Смирнов Э. А. Теория организации: учебное пособие/ Э. А. Смирнов. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 248 с.

5. Латфуллин Г. Р. Теория организации: учебник/ Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. - М.: Юрайт, 2013. - 448 с.

## **6. Самостоятельная работа студентов.**

Самостоятельная работа студентов делится на два вида: аудиторная самостоятельная работа студентов под контролем преподавателя и внеаудиторная работа студентов.

К самостоятельной работе студентов под контролем преподавателя относится:

- 1) разбор производственных ситуаций, тестов, кейсов;
- 2) выполнение контрольных работ и контрольных опросов;
- 3) проведение деловых и ролевых игр по предложенной тематике;
- 4) участие в конференциях, конгрессах и т.д.

К самостоятельной внеаудиторной работе относится:

- 1) подготовка к аудиторным занятиям (лекциям, практическим и др.) и выполнение соответствующих заданий;
- 2) самостоятельная работа над отдельными темами учебных дисциплин в соответствии с учебно-тематическими планами;
- 3) подготовка ко всем видам контрольных испытаний;
- 4) решение задач, тестов, кейсов, заполнение таблиц, указанных в планах практических занятий;
- 5) подготовка докладов, рефератов;
- 6) изучение монографий, периодических изданий, учебно-методических пособий;
- 7) подготовка к конференциям различного уровня;
- 8) подготовка к олимпиаде по изучаемой дисциплине;
- 9) подготовка презентаций для докладов и т.д.

## **7. Образовательные технологии, используемые в преподавании дисциплины.**

При изучении учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах власти», получения знаний и формирования компетенций могут быть использованы следующие образовательные технологии и формы преподавания:

Для лекционных занятий:

- 1) Модульная технология.

Модульное обучение предполагает структурирование учебной информации, содержания обучения и организацию работы учащихся с полными, логически завершенными учебными блоками (модулями). Модуль совпадает с темой учебного предмета. Однако, в отличие от темы в модуле, все измеряется, все оценивается: задание, работа, посещение занятий, стартовый, промежуточный и итоговый уровень учащихся. В модуле четко определены цели обучения, задачи и уровни изучения данного модуля, названы навыки и умения. В модульном обучении все заранее запрограммировано: не только последовательность изучения учебного материала, но и уровень его усвоения, и контроль качества усвоения.

Модульное обучение очень близко по своим идеям и организационным формам программированному обучению. Учебные модули и тесты могут быть легко перенесены в компьютерную среду обучения.

При разработке модуля учитывается то, что каждый модуль должен дать совершенно определенную самостоятельную порцию знаний, сформировать необходимые умения. После изучения каждого модуля, учащиеся получают рекомендации преподавателя по их дальнейшей работе. По количеству баллов, набранных учащимися из возможных, учащийся сам может судить о степени своей «продвинутости».

При модульном обучении чаще всего используется рейтинговая оценка знаний и умений учащихся. Рейтинговая оценка обученности позволяет с большей степенью доверительности характеризовать качество его подготовки по данной специальности.

После окончания обучения на основе модульных оценок определяется общая оценка, которая учитывается при определении результатов итогового контроля по предмету.

Учащиеся могут повысить модульные оценки только в период между сессиями, на экзамене они повышению не подлежат. При проведении итогового контроля вопросы экзамена должны носить обобщающий характер, отражать основные понятия курса, а не повторять вопросы модульного контроля, причем учащиеся должны заранее знать эти экзаменационные вопросы.

Применительно к курсу «Связи с общественностью в органах власти» это темы «Связи с общественностью в информационном пространстве», «Информационно-аналитическое обеспечение и планирование PR-отделов».

## 2) Лекция-беседа.

Лекция предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей студентов. В этой форме допускаются ответы студентов на наводящие вопросы преподавателя, связанные с восстановлением знаний по предшествующим дисциплинам, связанным с материалом лекции, предложение студентам решение по ходу лекции сравнительно простых задач, основанных на изложенном в лекции материале. Лекция – беседа формирует коммуникативные навыки, теоретические знания бакалавра

Данная форма является сравнительно простой формой активного вовлечения студентов в учебный процесс, не предполагает высказывание научных гипотез и отхода от материала лекции. С другой стороны, свободное общение позволяет оценить обратную связь с аудиторией, насколько понятно излагается материал лекции. Поэтому форма может быть использована при раскрытии любой темы, либо обычно на практике вызываемой сложности в усвоении. В данной форме возможно изложение материала по теме «Взаимодействие структур государственной власти и общественных

объединений. Организация работы со средствами массовой информации» или «Формирование единого информационного пространства государства».

### 3) Лекция-дискуссия.

Дискуссия - это взаимодействие преподавателя и студентов, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу. Преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы студентов на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. Это оживляет учебный процесс, активизирует познавательную деятельность аудитории и позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых студентов. Лекция – дискуссия также формирует коммуникативные навыки, теоретические знания бакалавра.

В этой форме можно предложить студентам проанализировать положения нормативных актов, обсудить материал практики, высказать мнение по дискуссионным моментам научной литературы, дать оценку текущим новостным событиям. По ходу лекции-дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает студентам коротко обсудить, затем дать краткий анализ, выводы и лекция продолжается.

Применение лекции-дискуссии возможно при обсуждении социально-значимых тем, поскольку из новостных источников студенты могут на момент лекции сформировать определенное мнение и обсудить его с другими, либо по теме, имеющей наиболее дискуссионный характер в научной среде, но в этом случае научные позиции следует раскрыть заранее. В форме лекции дискуссии можно рассмотреть темы «Государственная информационная политика РФ», «Изучение общественного мнения по результатам мониторинга средств массовой информации» или «Информационные правоотношения. Правовое регулирование связей с общественностью. Ответственность за нарушение норм информационного права» и др.

### 4) Проблемная лекция.

Форма предполагает начало лекции с постановки проблемы или вопроса, которые в ходе изложения материала необходимо решить. Вопросы могут быть как простыми для того, чтобы сосредоточить внимание студентов на отдельных аспектах темы, так и проблемные, не имеющие однотипного решения. Студенты, продумывая ответ на заданный вопрос, получают возможность самостоятельно прийти к тем выводам и обобщения, которые преподаватель должен был сообщить им в качестве новых знаний, либо понять важность обсуждаемой темы, что повышает интерес, и степень восприятия материала. Полученная информация усваивается как личностное открытие, познание студента приближается к поисковой, исследовательской деятельности.

Лекция строится таким образом, чтобы обусловить появление вопроса в сознании студента. Проблемная ситуация возникает после обнаружения

противоречий в исходных данных учебной проблемы. Для проблемного изложения отбираются важнейшие разделы курса, которые составляют основное концептуальное содержание учебной дисциплины, являются наиболее важными для будущей профессиональной деятельности и наиболее сложными для усвоения студентами. Форма подходит для изложения, связанного с реформированием государственной и муниципальной службы в рамках изучения понятия государственно и муниципальной службы.

С помощью проблемной лекции обеспечивается усвоение студентами теоретических знаний, развитие теоретического мышления, формирование познавательного интереса к содержанию учебного предмета и профессиональной мотивации будущего бакалавра. В форме проблемной лекции можно изучить темы «Цели, задачи и функции связей с общественностью в органах государственной власти» и «Структура и специфика служб по связям с общественностью в органах власти».

5) Лекция-визуализация. Данный вид лекции является результатом использования принципа наглядности, содержание данного принципа меняется под влиянием данных психолого-педагогической науки, форм и методов активного обучения.

Лекция-визуализация учит студентов преобразовывать устную и письменную информацию в визуальную форму, что формирует у них профессиональное мышление за счет систематизации и выделения наиболее значимых, существенных элементов содержания обучения.

Любая форма наглядной информации содержит элементы проблемности. Поэтому лекция – визуализация способствует созданию проблемной ситуации, разрешение которой в отличие от проблемной лекции, где используются вопросы, происходит на основе анализа, синтеза, обобщения, свертывания или развертывания информации, т.е. с включением активной мыслительной деятельности. Задача преподавателя использовать такие формы наглядности, которые не только дополняли бы словесную информацию, но и сами являлись носителями информации. Чем больше проблемности в наглядной информации, тем выше степень мыслительной активности студента. Для визуального изложения предлагается материал по теме «Структура информационного пространства», «Информационная сфера», «Концепция государственной информационной политики РФ», «Документальное сопровождение политической PR-деятельности. Основные виды документов PR-отделов».

6) Лекция-пресс-конференция. Форма проведения лекции близка к форме проведения пресс-конференций, только со следующими изменениями. Преподаватель называет тему лекции и просит студентов письменно задавать ему вопросы по данной теме. Каждый студент должен в течение 2-3 минут сформулировать наиболее интересующие его вопросы, написать на бумажке и передать преподавателю. Затем преподаватель в течение 3-5 минут сортирует вопросы по их смысловому содержанию и начинает читать лекцию. Изложение материала строится не как ответ на каждый заданный вопрос, а в

виде связного раскрытия темы, в процессе которого формулируются соответствующие ответы. В завершение лекции преподаватель проводит итоговую оценку вопросов как отражения знаний и интересов слушателей.

Активизация деятельности студентов на лекции-пресс-конференции достигается за счет адресованного информирования каждого студента лично. В этом отличительная черта этой формы лекции. Необходимость сформулировать вопрос и грамотно его задать активизирует мыслительную деятельность, а ожидание ответа на свой вопрос концентрирует внимание студента. Вопросы студентов в большинстве случаев носят проблемный характер и являются началом творческих процессов мышления. Личностное, профессиональное и социальное отношение преподавателя к поставленным вопросам и ответом на них, оказывает воспитательное влияние на студентов. Опыт участия в лекция-пресс-конференция позволяет преподавателю и студентам отрабатывать умения задавать вопросы и отвечать на них, выходить из трудных коммуникативных ситуаций, формировать навыки доказательства и опровержения, учета позиции человека, задавшего вопрос.

Различные формы лекций применяются в зависимости от тематики и уровня знаний и умений студентов.

Для семинарских (практических) занятий:

1) Осуществление входного контроля.

Каждое практическое занятие рекомендуется начинать с проведения «входного контроля». Это форма проверки знаний студента по теме занятия предполагает письменное изложение студентом определение понятия и основных признаков базисных понятий темы семинара. Например, по теме «Современные практики PR-деятельности» это понятия «Связи с общественностью», «Медиарилейшнз», «Информационный PR», «Специальные мероприятия», «Представительские события», «Медиатекст» и др.

Краткое изложение материала формирует у студентов способность четко формулировать свои мысли и доносить до окружающих суть вопроса.

2) Выступление с докладом.

Доклад (презентация) – публичное сообщение, представляющие собой развернутое изложение определенной темы, вопроса программы. Доклад может быть представлен различными участниками процесса обучения: студентом, группой студентов.

Доклады направлены на более глубокое изучение студентами лекционного материала или рассмотрения вопросов для дополнительного изучения. В любом случае доклад должен представлять творческую работу, в которой теоретический материал переплетается с практикой применения законодательства, статистическими данными.

Темы доклада определяются преподавателем, например, в разделе «Государственная информационная политика РФ» это могут быть темы: «Основные положения Концепции ГИП РФ, принятой в 1998 году», «Влияние Государственной информационной политики на деятельность PR-служб»,

«Информационные ресурсы и телекоммуникационная инфраструктура РФ» и др.

Тема с предварительного согласования с преподавателем может быть выбрана самим докладчиком.

Целью доклада должно быть изложение существующих проблем в исследуемой сфере, точек зрения на их разрешение и обоснование наиболее приемлемой из них. Обычно по окончании доклада, докладчику необходимо ответить на возникшие у слушателей вопросы.

### 3) Работа с текстом или документом.

При изучении научных текстов следует провести общее ознакомление с произведением в целом по его оглавлению. Затем – беглый просмотр всего содержания. Если текст представляет ценность и прямое отношение к теме занятия необходимо его прочитать в порядке последовательности расположения материала либо осуществить выборочное чтение какой-либо части (при большом объеме произведения). Далее следует выписать представляющий интерес материал и дать его критическую оценку.

При работе с текстом, прежде всего, требуется провести его оценку на соответствие формы документа нормативно-правовым требованиям. Затем ознакомиться с его содержанием, выяснить насколько полно документ урегулировал существующие отношения. Если после его применения будут существовать пробелы, то необходимо выяснить неурегулированные отношения и предложить вариант внесения изменений в документ.

Работа с текстами и документами должна применяться в течение всего изучения курса, поскольку обеспечивает развитие практических навыков управленческой деятельности.

В зависимости от формы образовательной технологии она может быть использована при индивидуальном либо коллективном занятии, в том числе в малых группах.

### 4) Составление таблиц и схем.

Таблицы и схемы являются наиболее рациональной и удобной для восприятия и запоминания формой представления аналитической информации об изучаемых явлениях при помощи цифр и знаков. Это система мыслей, суждений, выраженных языком знаков и цифр. Показатели располагаются в более логичной и последовательной форме, занимают меньше места по сравнению с текстовым и требуют логического анализа текста, что обеспечивает развитие аналитического мышления и больший познавательный эффект.

Использовать данную форму обучения можно для сбора материала по семинару, решения задач, разбора научных статей, краткое изложение теоретического материала.

Таблицы и схемы используются при изучении структуры государственной информационной политики и процесса передачи информации, при исследовании общественного мнения по вопросам государственной и муниципальной службы, ознакомления с методами



формирования баз данных средств массовой информации в работе PR-служб, при решении задач по усвоению навыков планирования и умения оценивать эффективность PR-деятельности.

#### 5) Интервьюирование.

Для выяснения отношения учащегося к тому или иному явлению в средствах массовой информации. Подготовка исследовательской беседы требует составления плана и целевых вопросов. Планируя беседу, исследователь должен заранее определить количество участников беседы, способы фиксации результатов, методы проверки гипотез.

#### 6) Круглый стол.

Представляет собой вид групповой дискуссии. За основу обсуждения может быть взята любая тема практического характера. Круглый стол, в отличие от обычной дискуссии, предполагает комплексное рассмотрение узкой тематики с участием представителя государственной и муниципальной службы.

Круглый стол проводится в два этапа. На первом обсуждается выбор темы, исходя из ее сложности либо актуальности, студенты разбиваются на подгруппы, которые будут освящать отдельные вопросы исследуемой темы, предоставляется время на поиск материала по теме круглого стола. На втором этапе происходит обсуждение вопросов.

На занятия «круглого стола» выносятся важные темы курса, усвоение которых определяет качество профессиональной подготовки; вопросы, наиболее трудные для понимания и усвоения. Такие темы обсуждаются коллективно, что обеспечивает активное участие каждого студента.

Студенты должны научиться выступать в роли докладчиков и оппонентов, владеть умениями и навыками постановки и решения интеллектуальных проблем и задач, доказательства и опровержения, отстаивать свою точку зрения, демонстрировать достигнутый уровень теоретической подготовки.

Наилучший эффект получается при обсуждении в целом места PR-подразделений в структуре государственных органов или отдельных вопросов, связанных с реформированием в области информационной политики государства или госучреждения. Это могут быть вопросы эффективного формирования положительного имиджа органа власти или лидера. Представителю власти отводится либо роль наблюдателя, который по окончании круглого стола дает оценку, либо роль председателя, в этом случае имеется возможность корректировать ход круглого стола.

7) Деловая игра – используется, чтобы активизировать мышление студентов, повысить самостоятельность будущего специалиста, внести дух творчества в обучение, приблизить его к профориентационному, подготовить к профессиональной практической деятельности.

Данный метод раскрывает личностный потенциал студента: каждый участник может продиагностировать свои возможности в одиночку, а также и в совместной деятельности с другими участниками.

В процессе подготовки и проведения деловой игры, каждый участник должен иметь возможность для самоутверждения и саморазвития. Преподаватель должен помочь студенту стать в игре тем, кем он хочет быть, показать ему самому его лучшие качества, которые могли бы раскрыться в ходе общения.

Деловая игра – это контролируемая система, так как процедура игры готовится, и корректируется преподавателем. Если игра проходит в планируемом режиме, преподаватель может не вмешиваться в игровые отношения, а только наблюдать и оценивать игровую деятельность студентов. Но если действия выходят за пределы плана, срывают цели занятия, преподаватель может откорректировать направленность игры и ее эмоциональный настрой.

#### 8) Пресс-конференция.

Студенты распределяются на подгруппы. Одна группа выступает в роли журналистов, другая в роли специалистов. Студенты располагаются лицом друг к другу. «Журналисты» задают вопрос, «специалисты» отвечают на него. Преподаватель выступает в роли стороннего наблюдателя, отмечая для себя активность студентов.

#### 9) Решение задач.

Решению задач следует уделять особое внимание, поскольку именно здесь проявляется умение студентов применять на практике полученные ими знания. Задачи могут быть творческой, теоретической и практической направленности, последние подразделяются на аналитические, казуальные и ситуационные (моделированные). Обучаемый должен учиться сопоставлять исходные данные, видеть ход действий для получения необходимого результата.

Возможна организация решения задач в группах – форма организации деятельности, при которой на базе целевой учебной аудитории создаются небольшие рабочие группы (3-5 обучаемых) для совместного выполнения учебного задания.

Работа в группе позволяет индивидуально регулировать объем материала и режим работы, дает возможность формировать умение сообща выполнять работу, использовать прием взаимоконтроля. Возможность самостоятельно оценивать свою работу позволяет соблюсти принцип «отметочной безопасности», развивать интерес к предмету, а использование опорных сигналов (таблиц, схем, рисунков и т. п.) облегчит запоминание изучаемого материала.

Принципы групповой работы:

- аудитория разбивается на несколько групп от 3 до 6 человек;
- каждая группа получает свое задание, которое может быть одинаковым для всех либо дифференцированное;
- внутри каждой группы, между ее участниками распределяются роли («лидер», «спикер», «аналитики», «хранитель времени» и т.п.);

- процесс выполнения задания в группе осуществляется на основе обмена мнениями, оценками;

- выработанные в группе решения обсуждаются всей учебной группой.

Из принципов групповой работы видно, что для такой работы характерно непосредственное взаимодействие и сотрудничество между учащимися, которые, таким образом, становятся активными субъектами собственного учения. А это принципиально меняет в их глазах смысл и значение учебной деятельности.

10) Решение тестов. Тестовые задания должны быть компетентностно-ориентированными и могут быть представлены в различных вариациях:

- тестовые задания множественного выбора с одним или несколькими правильными ответами из предложенного набора ответов;

- тестовые задания множественного выбора на установление соответствия;

- тестовые задания множественного выбора на установление последовательности;

- тестовые задания с конструируемым ответом: с кратким регламентируемым ответом или же со свободным изложением (с развернутым ответом в произвольной форме).

Данная технология может быть использована при изучении любой темы и совмещаться с иными образовательными технологиями.

11) Решение кейсов.

Под кейсами понимается техника обучения, использующая описание реальных управленческих, экономических и социальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы базируются на реальном фактическом материале, или же приближены к реальной ситуации.

Решение кейсов возможно организовать по методу «Мозгового штурма» (мозговая атака) – оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

В мозговом штурме участвует коллектив из нескольких специалистов и ведущих. Перед самым сеансом мозгового штурма ведущий производит четкую постановку задачи, подлежащей решению. В ходе мозгового штурма участники высказывают свои идеи, направленные на решение поставленной задачи, причём как логичные, так и абсурдные.

Правильно организованный мозговой штурм включает три обязательных этапа. Этапы отличаются организацией и правилами их проведения:

а) Предварительный этап - постановка проблемы. В начале этого этапа проблема должна быть четко сформулирована.

б) Основной этап - генерация идей, от которого во многом зависит успех всего мозгового штурма.

в) Группировка, отбор и оценка идей. Этот этап позволяет выделить наиболее ценные идеи и дать окончательный результат мозгового штурма. На этом этапе, в отличие от второго, оценка не ограничивается, а наоборот, приветствуется.

В процессе мозгового штурма, как правило, вначале решения не отличаются высокой оригинальностью, но по прошествии некоторого времени типовые, шаблонные решения исчерпываются, и у участников начинают возникать необычные идеи. Ведущий записывает или как-то иначе регистрирует все идеи, возникшие в ходе мозгового штурма.

Затем, когда все идеи высказаны, производится их анализ, развитие и отбор. В итоге находится максимально эффективное и часто нетривиальное решение задачи.

Для проведения мозговой атаки обычно создают две группы:

- участники, предлагающие новые варианты решения задачи;
- члены комиссии, обрабатывающие предложенные решения.

Различают индивидуальные и коллективные мозговые атаки.

12) Проведение интеллектуальных игр.

Представляет собой игровую форму проверки теоретических знаний дисциплины «Связей с общественностью» в органах власти. Преподаватель определяет темы, по которым будут формироваться вопросы, предварительно оговорив их. Студенты при подготовке к игре изучают материал темы с использованием учебных пособий, нормативных актов, дополнительной литературы. Сама игра может проводиться в различных формах «Интеллектуальное лото», «Что? Где? Когда?», «Морской бой», «Своя игра» и др. В любом случае от студентов требуется активность, знание материала, способность сконцентрироваться и лаконично ответить на поставленный вопрос.

13) Презентация – имеет ту же смысловую нагрузку, что и лекция – визуализация или электронная презентации. С той разницей, что преподаватель имеет возможность оценить способности студента донести изученный им материал, его переработку в доступной форме.

14) Решение контрольной работы.

Представляет собой метод пост-теста – решение контрольных заданий на оценку, позволяющий проверить знания студентов по всем пройденным темам либо по каждой в отдельности.

Данный метод обучения применяется в учебном процессе с использованием аттестационного педагогического измерительного материала для оценки качества знаний студентов по дисциплине: работа может состоять из заданий, требующих различного методологического подхода к их решению. Например, может сочетать контрольный вопрос – выявляющий основные знания теоретического материала, тест из 10 вопросов – позволяющий уяснить насколько хорошо студент ориентируется в смежных понятиях, задачу,

составленную на основе судебного решения либо казус - решение которых покажет практические навыки студента.

Как вариант, можно осуществлять решение контрольной работы с использованием информационных правовых систем «Гарант», «КонсультантПлюс». Это позволит дополнительно развить у студентов навыки быстрого поиска необходимого им законодательного и иного материала.

### **8. Критерии оценки результатов обучения.**

Критерии оценки результатов обучения представляет собой дифференциацию оценки знаний студента по бально-рейтинговой системе.

Профессиональный уровень "5" (отлично)	85-100	Ответ хорошо структурирован; полное понимание исследуемого вопроса; полный и глубокий анализ вопроса; критическое использование теории и рекомендуемого материала для чтения; расширение и углубление лекционного материала; аргументированная логика; продуманность, творческий и оригинальный подход к освещению вопроса; иллюстративность массой примеров и данных
Продвинутый уровень "4" (хорошо)	70-84	Хорошая организация, но ряд несущественных упущений в плане содержания; умение аргументировать и использовать примеры; некоторое расширение и углубление лекционного материала; использование соответствующих концептуальных моделей
Базовый уровень "3" (удовлетворительно)	60-69	Удовлетворительный уровень, есть ряд существенных упущений; слабые места в стилевом оформлении, структуре и анализе; в основном базируется на лекционном материале; информация представлена четко, но отсутствует оригинальность в ее изложении
Минимальный уровень "2" (неудовлетворительно)	35-59	Неудовлетворительное выполнение; частичное понимание проблемы; несмотря на наличие ряда весьма удачных мест, работа характеризуется отсутствием тщательного анализа; неадекватность примеров
Минимальный уровень "1" (неудовлетворительно)	0-34	Отсутствие понимания вопроса, работа не структурирована и не соответствует требованиям; наличие серьезных ошибок и несоответствий

## **9. Материалы для текущей, промежуточной и итоговой аттестации.**

### **Тематика докладов, рефератов и презентаций для учебного процесса:**

1. Технологии манипулирования в СМИ.
2. Методы манипулирования общественным мнением.
3. Основные этапы кампании по связям с общественностью.
4. Организация и проведение PR-кампаний.
5. Проблема организации специальных событий.
6. Аналитика и планирование PR-кампаний.
7. Структура и задачи пресс-службы в органах власти и государственных учреждениях.
8. Особенности деятельности специалиста по связям с общественностью как государственного чиновника.
9. Особенности работы пресс-службы регионального представительного органа государственной власти.
10. История развития связей с общественностью.
11. Технологии написания речей для руководителя.
12. Политические заявления в информационной работе.
13. Перспективы развития связей с общественностью в государственном управлении. Современные тенденции развития связей с общественностью и их структур в России.
14. Роль и значимость PR в демократическом обществе.
15. Информационная политика органов государственной власти и управления.
16. Практика прямого общения руководителя регионального уровня с населением.
17. Деятельность информационных агентств.
18. Деятельность пресс-центров.
19. Особенности человеческого восприятия информации.
20. Сбор данных в системе управления общественными отношениями.
21. Концептуальные основы информационного права и его понятийный аппарат.
22. Особые правовые режимы в практической деятельности PR-подразделений органов государственной власти федерального уровня.
23. Особые правовые режимы в практической деятельности PR-подразделений органов государственной власти регионального и уровня.
24. Особые правовые режимы в практической деятельности PR-подразделений органов государственной власти муниципального уровня.
25. Информационные процессы в обществе.
26. Общественное мнение как структурный элемент PR.
27. Планирование и оценка эффективности деятельности PR-служб.
28. Технология организации и проведения телевыступления.
29. Инструментарий внутрикорпоративного PR. Организационные и обучающе-стимулирующие ресурсы.

30. Управление общественными отношениями в органах государственной власти регионального уровня. Особенности работы.
31. Противодействие негативной информации в СМИ.
32. Особенности работы с интернет-коммуникациями: ведение официального сайта, работа с блогами и социальными сетями.
33. Особенности организации взаимодействия PR-служб и СМИ.
34. Организация деятельности PR-служб в кризисных ситуациях.
35. PR-информация, манипуляция и пропаганда.
36. Новость и информационный повод как ключевые понятия ньюсмейкинга.
37. Стратегия и тактика формирования имиджа политического лидера (на конкретном примере).
38. Специфика восприятия социальной информации в массовой коммуникации.
39. Антикризисный PR. Понятие кризиса. Стадии кризиса. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.
40. Спонсоринг и фанд-райзинг. Создание спонсорского пакета. Оценка эффективности кампании для спонсора.
41. Корпоративная пресса. Основные направления использования корпоративной прессы. Формирование редакции. Создание концепции корпоративного издания.
42. Публичное выступление. Речь у микрофона. Структура выступления.
43. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии в органах власти.
44. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
45. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью.
46. Исследовательская деятельность в области связей с общественностью.
47. Виды информационных поводов и способы их создания.
48. Внутрикorporативный PR. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом.
49. Конфликты и способы их разрешения PR-подразделениями.
50. Статус и стиль деятельности специалиста PR-подразделения в органах власти.
51. Основные направления PR-деятельности.
52. Классификация субъектов PR, их взаимодействия.
53. Понятие объекта PR. Модели взаимодействия с общественностью по Грюнигу.
54. Цели и задачи PR, основные функции PR.
55. Организация службы по связям с общественностью. Основные функции службы по связям с общественностью.
56. Варианты состава службы по связям с общественностью (организация службы по функциональному принципу).

57. Квалификационная характеристика руководителя службы по связям с общественностью.
58. Понятие репутационного капитала.
59. Виды пресс-событий.
60. Жанр пресс-релиза. Правила написания и оформления пресс-релизов. Виды пресс-релизов.

**Перечень вопросов для подготовки к экзамену:**

1. Понятие «связи с общественностью».
2. Пиарология как научная дисциплина.
3. Понятия «информация» и «коммуникация».
4. Публичные коммуникации.
5. Публичная сфера. Публичный дискурс.
6. Информационный процесс.
7. Информационное пространство.
8. Структура информационного пространства.
9. Функции информационного пространства в современном мире.
10. Субъекты (S) и объекты (O) PR-деятельности их классификация.
11. Основные характеристики взаимосвязей между S и O PR-деятельности.
12. Формирование единого информационного пространства государства и его признаки.
13. Структура информационного пространства.
14. ГИП: сущность и содержание.
15. Структура Концепции ГИП РФ.
16. Основные направления, цели и задачи ГИП РФ.
17. Принципы и значение ГИП для различных областей общественной жизни.
18. Необходимость и значение связей с общественностью в государственных структурах.
19. Место связей с общественностью в органах власти.
20. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти.
21. Функции связей с общественностью в органах власти.
22. Задачи связей с общественностью в органах власти.
23. Структура типичной PR-службы госучреждения и решаемые задачи основных ее подразделений.
24. Особенности деятельности PR-служб в органах власти федерального уровня.
25. Особенности деятельности PR-служб в органах власти регионального уровня.
26. Особенности деятельности PR-служб в органах власти местного уровня.
27. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью.
28. Виды и формы исследований PR-деятельности.
29. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов.



30. Формы и методы анализа документов.
31. Изучение общественного мнения по результатам мониторинга средств массовой информации.
32. Основные виды мониторинга средств массовой информации.
33. Оценка эффективности деятельности PR-служб.
34. Планирование и программирование, постановка целей.
35. Социальная и политическая направленность аналитической работы. Виды и уровни аналитических исследований.
36. Правило конфиденциальности информации и источника.
37. Медиарилейшенз и информационный PR.
38. Основные группы документов PR-деятельности.
39. Характеристики медиатекстов и их формирование.
40. Формула SOLAADS.
41. Пресс-релиз, медиа-кит (пресс-кит), бэкграундер.
42. Заявление для СМИ, байлайнер, статья-опровержение.
43. Основные виды медиамероприятий PR-деятельности, этапы их проведения.
44. Методы использования PR-инструментов, основные приемы и технологии.
45. Взаимодействие структур государственной власти и общественных объединений.
46. Особенности GP, лоббирование на региональном и местном уровнях в Российской Федерации.
47. Основные формы и методы взаимодействия PR-служб государственных органов со средствами массовой информации и их особенности.
48. База данных СМИ в работе PR-службы.
49. Основные компоненты и технологии формирования имиджа.
50. Результаты PR – деятельности.
51. Понятия «бренд» и «брендинг», «деловая репутация».
52. Основные характеристики положительной репутацией.
53. Имидж как основа репутации и его характеристики.
54. Имидж государственной власти. Персональный и корпоративный имидж.
55. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.
56. Концептуальные основы информационного права и его понятийный аппарат.
57. Право СМИ на критику власти, трудности его реализации.
58. Нормативно-правовая база Конституции РФ, регулирующая информационные отношения и связи с общественностью.
59. Особые правовые режимы в практической деятельности PR-подразделений органов власти.
60. Ответственность за нарушение норм информационного права.

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины «Методы принятия управленческих решений» включает в себя следующие средства:

- мультимедийный проектор;
- средства аудиовоспроизведения;
- телевизор;
- видеомагнитофон;
- DVD – проигрыватель;
- книжный фонд библиотеки;
- компьютерный класс.

## **11. Информационное обеспечение дисциплины.**

### **Рекомендуемая литература ко всем темам:**

Основная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата/под ред. М.М. Васильевой. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 495 с.
2. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник/А.А. Марков. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 190 с.
3. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник/А.Н.Чумиков. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 329 с.

Дополнительная литература:

1. Управление общественными отношениями: учебное пособие/ под ред. Ю. К. Федулова. - М.: Вузовский учебник, 2010. - 153 с. - (Вузовский учебник). - УМО.
2. Управление общественными отношениями: учебник/ под общ. ред. В. С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009. - 352 с.
3. Основы теории связей с общественностью: учебник/А.Д.Кривоносов, О.Г.Филатова, М.А.Шишкина. – СПб.: Питер, 2012. – 384 с.
4. Просветов Г. И. Управленческие решения: Задачи и решения: учебно-практическое пособие/ Г. И. Просветов. - М.: Альфа-Пресс, 2009. - 320 с.
5. Лукичева Л. И. Управленческие решения: учебник/ Л. И. Лукичева, Д. Н. Егорычев. - М.: Омега-Л, 2006. - 383 с.:
6. Фатхутдинов Р. А. Управленческие решения: учебник/ Р. А. Фатхутдинов. - М.: ИНФРА-М, 2005. - 344 с.
7. Карданская Н. Л. Управленческие решения: учебник/ Н. Л. Карданская. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 439 с
8. Батурин В. К. Общая теория управления: учебное пособие/ В. К. Батурин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 487 с.
9. Гапоненко А. Л. Теория управления: учебник/ А. Л. Гапоненко. - М.: Юрайт, 2014. - 342 с.

10. Игнатов В. Г. Теория управления: курс лекций/ В. Г. Игнатов, Л. Н. Албастова. - М.: ИКЦ МарТ, 2006. - 464 с. - (Учебный курс).
11. Теория управления: учебник/ под общ. ред. А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухина. - М.: Изд-во РАГС, 2010. - 560 с.
12. Игнатов В. Г. Теория управления: Учебное пособие/ В. Г. Игнатов, Л. Н. Албастова. - Ростов-на-Дону: ИЦ МарТ; Феникс, 2010. - 478 с.
13. Коробко В. И. Теория управления: учебное пособие/ В. И. Коробко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 383 с.
14. Лукичева Л. И. Управленческие решения: учебник/ Л. И. Лукичева, Д. Н. Егорычев. - М.: Омега-Л, 2009. - 383 с.:
15. Добрынина Г. А. Управленческие решения: учебное пособие/Г. А. Добрынина. - Томск: Изд-во ТГПУ, 2008. - 64 с.
16. Дафт Р. Л. Теория организации: учебник/ Р. Л. Дафт; пер. с англ. под ред. Э. М. Короткова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 736 с.
17. Мильнер Б. З. Теория организации: учебник/ Б. З. Мильнер. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 864 с.
18. Смирнов Э. А. Теория организации: учебное пособие/ Э. А. Смирнов. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 248 с.
19. Подлесных В. И. Теория организации: учебное пособие/ В. И. Подлесных, Н. В. Кузнецов, О. Г. Тихомирова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 304 с.
20. Кузнецов Ю. В. Теория организации: учебник/ Ю. В. Кузнецов, Е. В. Мелякова. - М.: Юрайт, 2012. - 365 с.
21. Латфуллин Г. Р. Теория организации: учебник/ Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. - М.: Юрайт, 2013. - 448 с.
22. Иванова Т. Ю. Теория организации: учебник/ Т. Ю. Иванова. - М.: КНОРУС, 2012. - 432 с.

#### **Электронные источники:**

1. <http://www.raso.ru> - Российская Ассоциация по связям с общественностью.
2. <http://www.pressclub.host.ru> - Международный пресс-клуб.
3. <http://pr-club.com> - Международный пресс-клуб.
4. <http://pr.web-3.ru> - Справочная и аналитическая информация о связях с общественностью.
5. <http://www.infoteka.economicus.ru> – образовательные электронные ресурсы, относящиеся к различным экономическим дисциплинам.
6. <http://www.expert.ru> – журнал Эксперт.
7. <http://www.bookhere.ru> – каталог электронных книг.

## **12. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения программы дисциплины**

### **Текущий контроль успеваемости студентов.**

Текущий контроль успеваемости – это установление уровня знаний, умений, владений студентов по отношению к объему и содержанию разделов (модулей, частей) учебных дисциплин, представленных и утвержденных в учебных планах и учебных программах.

Текущий контроль успеваемости осуществляется через комплекс испытаний студентов в виде устных и письменных опросов, коллоквиумов, контрольных работ, проверки домашних заданий, защиты отчетов, компьютерного и бланочного тестирования. Возможны и другие виды контроля по усмотрению кафедры, обеспечивающей учебный процесс по данной дисциплине, в том числе, контроль посещаемости занятий.

В систему текущего контроля рекомендуется вводить необязательные мероприятия, позволяющие повысить семестровый рейтинг, например, участие в олимпиадах, научное исследование, участие в научных конференциях с докладом по теме изучаемого предмета и т.д. с назначением определенных баллов, прибавляемых к семестровому рейтингу по дисциплине. При этом рейтинг не должен превышать 100 баллов.

Для текущего контроля успеваемости на кафедрах, осуществляющих учебный процесс, создаются и периодически актуализируются банки тестов, заданий, программы компьютерных проверок и т.п. материалы.

Виды и сроки проведения мероприятий текущего контроля устанавливаются рабочей программой учебной дисциплины.

### **Промежуточная аттестация.**

Промежуточная аттестация студентов – это установление уровня знаний, умений, владений обучаемых, как показателя уровня освоения требуемых компетенций, по отношению к объему и содержанию учебной дисциплины.

Оценка промежуточной аттестации студента по дисциплине формируется на основании семестрового рейтинга текущего контроля и рейтинга экзаменационного испытания. Экзаменационное испытание проводится в сроки, устанавливаемые в соответствии с утвержденными учебными планами, календарными учебными графиками и приказами.

Преподаватель имеет право принять у студента экзамен только при наличии первичных документов по учету результатов промежуточной аттестации. Первичными документами являются экзаменационные ведомости, индивидуальные разрешения на сдачу экзамена. Все первичные документы должны передаваться в деканат преподавателем лично не позднее следующего дня после проведения испытания промежуточной аттестации.

По результатам промежуточной аттестации студенту, кроме итогового рейтинга по 100-балльной шкале, выставляется итоговая отметка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При аттестации на «отлично», «хорошо» и «удовлетворительно» студент считается получившим положительную оценку и прошедшим промежуточную аттестацию. Положительные оценки и соответствующие рейтинги заносятся в первичные документы и зачетные книжки студентов. Записи в зачетных книжках студентов должны осуществляться только после оформления первичных документов.

Оценки «неудовлетворительно» проставляются только в первичные документы.

Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по дисциплине или непрохождение промежуточной аттестации в установленные сроки признаются академической задолженностью. Студенты обязаны ликвидировать академическую задолженность.

Виды и сроки проведения мероприятий промежуточной аттестации устанавливаются рабочей программой учебной дисциплины.

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

#### Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

#### Самостоятельная работа на лекции

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над

конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

### Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

**Структура занятия** В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

**Работа с литературными источниками** В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

#### Подготовка презентации и доклада

Для подготовки презентации рекомендуется использовать: PowerPoint, MS Word, Acrobat Reader. Самая простая программа для создания презентаций - Microsoft PowerPoint.

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию. Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. **Иллюстрация** - представление реально существующего зрительного ряда. **Образы** - в отличие от иллюстраций - метафора. Их назначение - вызвать эмоцию и создать отношение к ней, воздействовать на аудиторию. С помощью хорошо продуманных и представляемых образов, информация может надолго остаться в памяти человека. **Диаграмма** - визуализация количественных и качественных связей. Их используют для убедительной демонстрации данных, для пространственного мышления в дополнение к логическому. **Таблица** - конкретный, наглядный и точный показ данных. Ее основное назначение - структурировать информацию, что порой облегчает восприятие данных аудиторией.

Практические советы по подготовке презентации

- готовьте отдельно: печатный текст + слайды + раздаточный материал;
- слайды - визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;
- текстовое содержание презентации - устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;
- раздаточный материал - должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием; раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточные материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям вуза и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчики должны знать и уметь: сообщать новую информацию; использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего практического занятия; дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут); иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления

**Вступление** помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название, сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов,



живую интересную форму изложения, акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

**Основная часть**, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов.

**Заключение** - ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

### Подготовка реферата

Реферат - письменный доклад по определенной теме, в котором собрана информация из одного или нескольких источников. Рефераты пишутся обычно стандартным языком, с использованием типологизированных речевых оборотов вроде: «важное значение имеет», «уделяется особое внимание», «поднимается вопрос», «делаем следующие выводы», «исследуемая проблема», «освещаемый вопрос» и т.п.

К языковым и стилистическим особенностям рефератов относятся слова и обороты речи, носящие обобщающий характер, словесные клише. У рефератов особая логичность подачи материала и изъяснения мысли, определенная объективность изложения материала.

Реферат не копирует дословно содержание первоисточника, а представляет собой новый вторичный текст, создаваемый в результате систематизации и обобщения материала первоисточника, его аналитико-синтетической переработки.

Будучи вторичным текстом, реферат составляется в соответствии со всеми требованиями, предъявляемыми к связанному высказыванию: так ему присущи следующие категории: оптимальное соотношение и завершенность (смысловая и жанрово-композиционная). Для реферата отбирается информация, объективно-ценная для всех читающих, а не только для одного автора. Автор реферата не может пользоваться только ему понятными значками, пометами, сокращениями.

Работа, проводимая автором для подготовки реферата должна обязательно включать самостоятельное мини-исследование, осуществляемое студентом на материале или художественных текстов по литературе, или архивных первоисточников по истории и т.п.

Организация и описание исследования представляет собой очень сложный вид интеллектуальной деятельности, требующий культуры научного мышления, знания методики проведения исследования, навыков оформления научного труда и т.д. Мини-исследование раскрывается в реферате после глубокого, полного обзора научной литературы по проблеме исследования.

В зависимости от количества реферируемых источников выделяют следующие виды рефератов:

- **монографические** - рефераты, написанные на основе одного источника;

- **обзорные** - рефераты, созданные на основе нескольких исходных текстов, объединенных общей темой и сходными проблемами исследования.

Структура реферата

1. Титульный лист
2. Оглавление
3. Введение
4. Основная часть
5. Заключение
6. Список использованной литературы
7. Приложения

### Подготовка эссе

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы студентов, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

В зависимости от темы формы эссе могут быть различными. Это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и подробный разбор проблемной ситуации с развернутыми мнениями, подбором и детальным анализом примеров, иллюстрирующих проблему и т.п.

В процессе выполнения эссе студенту предстоит выполнить следующие виды работ: составить план эссе; отобрать источники, собрать и проанализировать информацию по проблеме; систематизировать и проанализировать собранную информацию по проблеме; представить проведенный анализ с собственными выводами и предложениями.

Эссе выполняется студентом под руководством преподавателя кафедры самостоятельно. Тему эссе студент выбирает из предлагаемого примерного перечня и для каждого студента она должна быть индивидуальной (темы в одной группе совпадать не могут).

Структура эссе

1. Титульный лист.
2. План.
3. Введение с обоснованием выбора темы.
4. Текстовое изложение материала (основная часть).
5. Заключение с выводами по всей работе.
6. Список использованной литературы.

Титульный лист является первой страницей и заполняется по строго определенным правилам.

Введение (вводная часть) - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который Вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования. При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы:

1. Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?
2. Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?
3. Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?
4. Могу ли я разделить тему на несколько составных частей?

Таким образом, в водной части автор определяет проблему и показывает умение выявлять причинно-следственные связи, отражая их в методологии решения поставленной проблемы через систему целей, задач и т.д.

Текстовое изложение материала (основная часть) - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет главную трудность при его написании. Поэтому большое значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется выстраивание аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные и строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. В качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы там, где это необходимо. Традиционно в научном познании анализ может проводиться с использованием следующих категорий: причина - следствие, общее - особенное, форма - содержание, часть - целое, постоянство - изменчивость.

В процессе построения эссе надо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим или иллюстративным материалом. Следовательно, наполняя разделы содержанием аргументации (а это должно найти отражение в подзаголовках), в пределах параграфа необходимо ограничить себя рассмотрением одной главной мысли.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе - использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается сделать и ответить на вопрос, хорош ли замысел. При этом последовательность подзаголовков свидетельствует также о наличии или отсутствии логики в освещении темы эссе.

Таким образом, основная часть - рассуждение и аргументация, В этой части необходимо представить релевантные теме концепции, суждения и точки зрения, привести основные аргументы "за" и "против" них, сформулировать свою позицию и аргументировать ее.

Заключение (заключительная часть) - обобщения и аргументированные выводы по теме эссе с указанием области ее применения и т.д. Оно подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Таким образом, в заключительной части эссе должны быть сформулированы выводы и определено их приложение к практической области деятельности.

Список использованной литературы составляет одну из частей работы, отражающей самостоятельную творческую работу автора и позволяющей судить о степени фундаментальности данной работы. При составлении списка литературы в перечень включаются только те источники, которые действительно были использованы при подготовке эссе. Список использованной литературы составляется строго в алфавитном порядке в следующей последовательности: законы РФ и другие официальные материалы (указы, постановления, решения министерств и ведомств); печатные работы (книги, монографии, сборники); периодика; Интернет- сайты. По возможности список должен содержать современную литературу по теме. Общее оформление списка использованной литературы для эссе аналогично оформлению списка использованной литературы для реферата.

Приложения могут включать иллюстративный материал (схемы, диаграммы, рисунки, таблицы и др.). При этом приложения являются продолжением самой работы, т.е. на них продолжается сквозная нумерация, но в общем объеме эссе они не учитываются.