

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ворошилова Ольга Леонидовна

Должность: Ректор

Дата подписания: 15.02.2022 13:48:05

Уникальный программный ключ:

4cf44b5e98f1c61f6308024618ad72153c8a582b453ec495ec805a1a2d739deb

Администрация Курской области

Государственное образовательное автономное учреждение высшего образования Курской области

«Курская академия государственной и муниципальной службы»

Кафедра государственного, муниципального управления и права

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по  
учебно-методическому  
обеспечению  
Никитина Е.А.  
(подпись, ФИО)  
« 34 » августа 2021 г.

### Связи с общественностью в органах власти

Методические рекомендации для самостоятельной работы, в том числе для подготовки к практическим занятиям, студентов направления подготовки 38.03.04. «Государственное и муниципальное управление» очной, очно-заочной и заочной форм обучения

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Методические рекомендации разработаны с целью оказания помощи студентам направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, очной и очно-заочной форм обучения при самостоятельной подготовке к занятиям по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти».

Методические рекомендации разработаны в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №1016 от 13 августа 2020 года.

Предлагаемые методические рекомендации содержат перечень теоретических тем и задания для самопроверки, которые необходимо выполнить при самостоятельной подготовке к каждому занятию.

К темам приводится список литературы, в котором можно найти ответы на поставленные вопросы теории дисциплины.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Основными видами аудиторной работы студента при изучении дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» являются лекции и практические занятия. Студент не имеет права пропускать занятия без уважительных причин.

На лекциях излагаются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, даются рекомендации для самостоятельной работы. В ходе лекции студент должен внимательно слушать и конспектировать материал.

Изучение наиболее важных тем или разделов дисциплины завершают практические занятия, которые обеспечивают контроль подготовленности студента; закрепление учебного материала; приобретение опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, в том числе аргументации и защиты выдвигаемых положений и тезисов.

Практическому занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в учебниках и учебных пособиях, а также литературе, рекомендованной преподавателем.

По согласованию с преподавателем или по его заданию студенты готовят рефераты по отдельным темам дисциплины, выступают на занятиях с докладами. Основу докладов составляет, как правило, содержание подготовленных студентами рефератов.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает по результатам тестирования, собеседования, решению ситуационных задач и кейсов, а также по результатам докладов.

Преподаватель уже на первых занятиях объясняет студентам, какие формы обучения следует использовать при самостоятельном изучении дисциплины: конспектирование учебной литературы и лекции, составление словарей понятий и терминов и т. п.

В процессе обучения преподаватели используют активные формы работы со студентами: чтение лекций, привлечение студентов к творческому процессу на лекциях, отработку студентами пропущенных лекций, участие в групповых и индивидуальных консультациях (собеседовании). Эти формы способствуют выработке у студентов умения работать с учебником и литературой. Изучение литературы составляет значительную часть самостоятельной работы студента. Это большой труд, требующий усилий и желания студента. В самом начале работы над книгой важно определить цель и направление этой работы. Прочитанное следует закрепить в памяти. Одним из приемов закрепления освоенного материала является конспектирование, без которого немислима серьезная работа над литературой. Систематическое конспектирование помогает научиться правильно, кратко и четко излагать своими словами прочитанный материал.

Самостоятельную работу следует начинать с первых занятий. От занятия к занятию нужно регулярно прочитывать конспект лекций, знакомиться с соответствующими разделами учебника, читать и конспектировать литературу по каждой теме дисциплины. Самостоятельная работа дает студентам возможность равномерно распределить нагрузку, способствует более глубокому и качественному освоению учебного материала. В случае необходимости студенты обращаются за консультацией к преподавателю по вопросам дисциплины с целью освоения и закрепления компетенций.

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины – закрепить теоретические знания, полученные в процессе лекционных занятий, а также сформировать практические навыки самостоятельного анализа особенностей дисциплины.

## ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

### Тема 1. История развития связей с общественностью в государственном управлении

#### Тестовые задания

**1. Работа с государственными учреждениями как направление связей с общественностью это:**

- а) image maxing;
- б) messge management;
- в) govverument relations;
- г) megia relations.

**2. Основным принципом связей с общественностью считается:**

- а) принцип открытого информирования;
- б) принцип социальной ориентации;
- в) принцип обратной связи;
- г) принцип коллегиальности.

**3. Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью для российских PR-специалистов принята:**

- а) в августе 1991 г.;
- б) в декабре 1991 г.;
- в) в ноябре 1994 г.;
- г) в январе 2000 г.

**4. Понятие «лоббирование» означает:**

- а) поддержку интересов фирмы через бизнес-структуры;
- б) продвижение интересов через органы государственной власти;
- в) установление долговременных дружественных отношений с общественностью;
- г) представление актуальной информации для органов государственной власти;
- д) все ответы верны

**5. Основные направления PR-деятельности организации включают (несколько ответов):**

- а) формирование благоприятного имиджа фирмы;
- б) работу с налоговыми органами;
- в) разработку мер, направленных на преодоление последствий кризисных и конфликтных ситуаций;
- г) взаимодействие со СМИ;

д) разработку системы приемов и методов, направленных на улучшение взаимопонимания между фирмой и ее целевыми аудиториями.

### Ситуационные задания

Задание № 1. Недостаток информации порождает слухи, с которыми зачастую бороться труднее, чем с самим кризисом. Какие кризисы могут породить следующие слухи:

- банкротство организации с последующим выкупом контрольного пакета заместителем директора по экономическим вопросам;
- сокращение объема производства и отправление в административный отпуск четверти персонала;
- отставка вице-губернатора и назначение на эту должность бывшего начальника управления ФСБ?

Разработайте план противодействия негативной информации.

### Кейс-задания

#### Кейс.

Прочтите внимательно следующие определения ПР, данные разными авторами. Выпишите то общее, что присутствует во всех подходах к понятию. Какие существенные черты деятельности ПР Вы можете назвать, изучив предложенные определения?

*Блэк С.:* ПР - «установление двустороннего общения для выявления общих представлений или общих интересов и достижения взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности».

*Э. Бернейз:* "это усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот".

*Невзлин Л.Б.:* ПР - «управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации».

*Алешина И.В.:* ПР - «самостоятельная функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и ее общественностью».

*Чумиков А.Н.:* "это система информационно-аналитических и процедурно-технологических действий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта.

*Зверинцев А.Б.:* "профессиональная деятельность по достижению эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и внешней средой".

**Устный опрос  
(контрольные вопросы)**

1. Роль PR в государственной системе
2. Модели связей с общественностью
3. Цели связей с общественностью
4. Отличия в PR-структурах государственного и бизнес управления
5. Структура российского государственного PR-рынка
6. Концепция формирования информационного общества в России

**Примерная тематика рефератов**

1. Связи с общественностью как неотъемлемая часть института управления.
2. Этапы развития связей с общественностью в государственном управлении
3. Связи с общественностью на современном этапе.

## **Тема 2. Государственная информационная политика и ее роль в деятельности PR-служб**

### **Тестовые задания**

- 1. Определите последовательность в модели PR-кампании Э. Бернауза:**
  - а) формулирование цели;
  - б) анализ отношения общественности к корпорации;
  - в) изучение данных анализа;
  - г) использование средств распространения информации.
  
- 2. Определите последовательность в модели PR-кампании по Ф. Джефкинсу:**
  - а) оценка ситуации;
  - б) определение цели;
  - в) определение публики;
  - г) отбор каналов массовой коммуникации и техники воздействия;
  - д) планирование бюджета;
  - е) оценка результатов.
  
- 3. Расположите последовательно этапы разработки PR-кампании:**
  - а) определение проблемы;
  - б) планирование и программирование;
  - в) действие и коммуникация;
  - г) оценка программы.
  
- 4. Расположите в хронологической последовательности четыре исторические модели развития PR:**
  - а) Пресс-посредническая модель, или «паблисити»
  - б) Модель, подчиненная информированию общественности.
  - в) Двусторонняя асимметричная модель.
  - г) Двусторонняя симметричная модель.
  
- 5. Расположите в правильном порядке организационную работу по подготовке приема:**
  - а) составление списка гостей и рассылка приглашений
  - б) составление меню
  - в) написание сценария
  - г) определение формы приема
  - д) подготовка речи и определение очередности выступающих.

### **Ситуационные задания**

Задание № 1. Сформируйте пакет законодательных актов, которые необходимо учитывать при реализации ПР-функций следующим организациям:

- печатным и электронным СМИ;
- коммерческим структурам;
- политическим партиям;
- благотворительным фондам.

Какие организации контролируют выполнение требований данных правовых актов?

Приведите примеры.

### **Кейс-задания**

#### **Кейс.**

Основные теоретические подходы к пониманию природы связей с общественностью условно делятся на альтруистический, компромиссный, прагматический и коммуникационный. Определите, к какому из названных подходов соответствуют определения ПР.

*Блэк С.:* ПР - «установление двустороннего общения для выявления общих представлений или общих интересов и достижения взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности».

*Э. Бернейз:* "это усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот".

*Невзлин Л.Б.:* ПР - «управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации».

*Алешина И.В.:* ПР - «самостоятельная функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и ее общественностью».

*Чумиков А.Н.:* "это система информационно-аналитических и процедурно-технологических действий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта.

*Зверинцев А.Б.:* "профессиональная деятельность по достижению эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и внешней средой".

### **Устный опрос (контрольные вопросы)**

1. Понятие «информационная политика государства».

2. Два аспекта государственной информационной политики: технологический и содержательный.
3. Субъекты и объекты государственной информационной политики. Их структура и взаимодействие в политическом процессе.
4. Информационная политика как инструмент политического воздействия и средство достижения политических целей.
5. Предмет государственной информационной политики.
6. Государственная информационная политика как часть системы государственного управления

### **Примерная тематика рефератов**

1. Система RACE и ее применение в политической сфере.
2. Научные основы формирования службы PR в политической сфере.
3. Прогнозно-целевой подход к формированию структуры службы связей с общественностью в политике.

### Тема 3. Правовые и этические основы деятельности PR-служб в органах власти и управления

#### Тестовые задания

1. \_\_\_\_\_ – содействие установлению взаимопонимания и доброжелательности между личностью, организацией и другими людьми, группами людей или обществом в целом посредством распространения разъяснительного материала, развития обмена (информацией) и оценки общественной реакции.
2. PR \_\_\_\_\_ – это продуманная и подготовленная система действий и мероприятий, позволяющих воздействовать на общественное мнение и развитие событий в желаемом направлении.
3. \_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_ – организованная встреча журналистов с представителями учреждений, компаний, организаций или отдельными персонами.
4. Пиар — одна из функций \_\_\_\_\_, способствующая установлению и поддержанию взаимопонимания и сотрудничества между организациями и общественностью.
5. Международная ассоциация PR создаётся в \_\_\_\_\_ в 1955 г.

#### Ситуационные задания

ЗАДАНИЕ № 1. Подготовить обзор веб-сайта Правительства РФ: <http://194.226.82.76\government>

#### Кейс-задания

##### Кейс.

Прочтите статью, в которой представлена сравнительная характеристика изменения имиджа В.В. Путина за последние несколько лет. Проанализируйте внимательно материал.

Какие особенности имиджа являются на сегодняшний день наиболее выигрышными и актуальными? Назовите основные технологии формирования имиджа политического лидера От дешевого галстука к строгому пальто.

«Первое появление Владимира Путина в телевизоре относится к тому времени, когда он был заместителем петербургского мэра. Интервью на скамеечке времен перестройки. Довольно неухоженный мужчина, со встрепанной разночинской прической, в дурном пиджаке, в дешевом галстуке. Сейчас пиджак президента хорош, галстук стоит ровно половину

президентской месячной зарплаты, голова причесана приличным парикмахером. Однако не стоит думать, будто Владимир Путин сразу стал одеваться хорошо. Все происходило постепенно. Сначала, когда Анатолий Собчак переизбирался в губернаторы и вся его команда пообещала уйти в случае проигрыша патрона, Владимир Путин одевался в игривый салатный двубортный костюм, модный в то время у бизнесменов. Собирался стать бизнесменом? Потом, когда Анатолий Чубайс пригласил Владимира Путина работать в администрацию президента, наш герой стал носить приличные костюмы, но не догадывался покупать к ним приличные рубашки. Когда его представляли Федеральной службе безопасности в качестве нового директора и полковник Путин сказал, что возвращается в родной дом, он был одет в дорогой пиджак и дорогой галстук, но воротничок его сорочки был мят, как всегда бывают мяты воротнички дешевых сорочек. Воротничок директора ФСБ будет мятым в продолжение всей его службы на этом ответственном песту, в том числе во время памятной поездки в Красноярск на борьбу с преступностью по просьбе губернатора Лебедева. Дорогие сорочки появятся, когда Владимир Путин кроме должности директора ФСБ займет еще и должность секретаря Совета безопасности. Рискну предположить, что именно на этом этапе своей карьеры наш герой, кроме внешней уверенности, выраженной в хорошем пиджаке, обрел еще и внутреннюю уверенность, выражающуюся в хорошей рубашке. По настоящему то есть поверил в свои силы. Плебейские часы на металлическом браслете уступят место на запястье Владимира Путина дорогим часам на благородном кожаном ремешке, только когда Путин станет премьером. Добиваясь чего-то, Путин будет одеваться в куртку-"Аляску". Добившись — в строгое пальто. В Красноярск к губернатору Лебедю, будучи директором ФСБ, Путин приезжает в "Аляске", а будучи президентом — в пальто. Похоже, "Аляску" Путин надевает, когда вынужден ехать, пальто — когда его просят приехать. И еще: он никогда не носит шапку. Даже в мороз. Неизвестно почему. Не носит, и все. И поэтому президентская свита тоже самоотверженно морозит уши».

### **Устный опрос (контрольные вопросы)**

1. Особенности правовой и этической деятельности PR-службы.
2. Регулирование PR-деятельности в государственном аппарате.
3. Корпоративное регулирование (примеры регулирующих документов).
4. Национальная ассоциация сотрудников государственных пресс-служб (НАГСП);
5. Кодекс профессионального поведения и этики (ИПРА);
6. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью;
7. Афинский кодекс;

8. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR (Лиссабонский кодекс);
9. Кодекс профессионального поведения Института PR (Англия);
10. Кодекс этических норм и принципов в области связей с общественностью РАСО.

### **Примерная тематика рефератов**

1. Методика подготовки и проведения брифингов и пресс-конференций: роль службы PR.
2. Методологические особенности проведения контент-анализа публикаций прессы по политическим проблемам.
3. Конституционно-правовой статус Российской Федерации.

## Тема 4. Организация PR-служб в органах федеральной власти

### Тестовые задания

**1. Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:**

- а) связи с органами власти
- б) разведывательная деятельность
- в) связи с общественностью
- г) политические связи

**2. Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия – это:**

- а) служба связей с общественностью
- б) служба доставки
- в) сервисная служба
- г) служба занятости

**3. Кем впервые официально был использован термин «Паблик Рилейшнз»?**

- а) Деном Форрестолом
- б) Томасом Джефферсоном
- в) Джоржем Бушем младшим
- г) Семом Блейком

**4. Какая модель информационной политики не существует:**

- а) тоталитарная
- б) релятивистская
- в) дисциплинарная
- г) диалоговая

**5. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:**

- а) новостной релиз
- б) пресс-релиз
- в) стрингер
- г) медиа-кит

### Ситуационные задания

**ЗАДАНИЕ № 1.** Описать модель управления коммуникативными процессами. Проранжировать принципы работ службы PR.

### Кейс-задания

#### Кейс.

Проанализируйте работу пресс-секретаря М.Тэтчер по ее подготовке к публичному выступлению. Укажите достоинства и недостатки его работы и обоснуйте их.

Б. Брюс так описывал систему подготовки М. Тэтчер к сложному, с точки зрения ее пресс-секретаря Б. Ингхема, интервью: «Развязав все возникшие вопросы по другим проблемам и согласовав некоторые оборонные ходы по менее существенным проблемам, встреча завершилась в 11.30. Позднее Ингхем сел с премьер-министром, чтобы пройтись по основным проблемам вновь, и проверил подготовку к записи. Выступление премьер-министра было нервным (как всегда) сначала, но она хорошо разогрелась. Все вопросы, которые мы ожидали, были заданы, и она ответила на них, как было согласовано, быстро и энергично, не уходя слишком далеко от намеченной линии.

Большая часть подготовки к интервью состоит в повышении уверенности у интервьюируемого, поскольку боязнь сюрпризов делает их нервными. Чем более предсказуем процесс, тем меньше напряжение. По мере прохождения интервью интервьюируемый понимает, что он руководит ситуацией и его уверенность в себе расцветает. Миссис Тэтчер однажды была очень нервной перед появлением в одной из программ, но ее напряжение полностью исчезло, когда, к ее удивлению, она увидела все задаваемые вопросы на "доске для идиотов", поставленной за камерами».

### Устный опрос (контрольные вопросы)

1. Основные цели деятельности PR-служб в органах федеральной власти.
2. Функции деятельности PR-служб в органах федеральной власти.
3. Сущность работы пресс-службы и принципы взаимодействия с прессой.
4. Функционирование пресс-служб органов федеральной власти на примере Министерства науки и высшего образования России.

### Примерная тематика рефератов

1. Служба связей с общественностью в федеральных органах власти Российской Федерации.
2. Служба связей с общественностью в органах государственной власти субъектов Российской Федерации: методика организации работы.
3. Деятельность службы связей с общественностью в органах местного самоуправления.

## Тема 5. Организация работы PR-служб: общие принципы и их реализация в региональных органах власти

### Тестовые задания

**1. PR – это использование информации для влияния на:**

1. общественное мнение
2. государственные органы власти
3. средства массовой информации
4. покупателей

**2. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества:**

1. с начала XVIII века
2. с начала XIX века
3. с начала XX века
4. с начала XXI века

**3. Что используется в PR для влияния на общественное мнение? Выбор единственно правильного ответа**

1. информация
2. законодательные акты
3. коммерческие организации
4. подручные средства.

**4. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз":**

1. Деном Форрестолом
2. Томасом Джефферсоном
3. Джоржем Бушем младшим
4. Семом Блейком

**5. Что является главной целью PR:**

1. изменение общественного мнения
2. повышение уровня продаж
3. доведение информации до потребителей
4. повышение рейтинга компании

### Ситуационные задания

**ЗАДАНИЕ №1.** Проанализировать наиболее популярные и известные политические мифы.

Охарактеризовать используемые при анализе критерии.

### Устный опрос

**(контрольные вопросы)**

1. Основные цели деятельности PR-служб в государственных структурах.
2. Пресс-службы федеральных органов власти: структура, цели и задачи работы.
3. Пресс-службы региональных и местных органов власти: структура, цели и задачи работы
4. Положения о службе по связям с общественностью различных областей.
5. Текущая деятельность правительственной пресс-службы.
6. Совещания, выборка и мониторинг прессы, телефонные контакты, распределение трудовых ресурсов, координация деятельности.

**Примерная тематика рефератов**

1. Методика формирования оптимальной модели службы PR муниципального уровня.
2. Аналитическая, планировочная, координирующая, административная, производственная функции службы связей с общественностью в политической сфере.
3. Роль службы связей с общественностью в организации личного приема граждан и встреч должностных лиц с населением.

## **Тема 6. Информационно-аналитическое обеспечение и планирование деятельности PR-служб**

### **Тестовые задания**

#### **1. Что является объектом PR:**

1. средства массовой информации
2. общество
3. информация
4. коммерческие организации

#### **2. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR:**

1. религиозные организации
2. общество
3. органы государственной власти
4. бизнес организации

#### **3. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:**

1. формирование имиджа
2. изучение общественного мнения
3. анализ экономической деятельности предприятия
4. исследование отношений в организации

#### **4. Какая модель информационной политики не существует:**

1. тоталитарная
2. релятивистская
3. дисциплинарная
4. диалоговая

#### **5. Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики:**

1. формирование общенациональных ценностей
2. модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры
3. удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения
4. создание новых рабочих мест

### **Ситуационные задания**

**ЗАДАНИЕ №1.** Разработайте сценарий ролевой игры «Размещение сообщения». Цель: разместить в СМИ подготовленный пресс-релиз.

Распределите роли (политического деятеля, спичрайтера, пресс-секретаря, редактора) и произведите процесс отправления и кодирования сообщения исходя из следующих условий:

1. Политик – из крыла левых, газета представляет интересы крайне правых слоев населения.
2. Политик – либерал, газета представляет интересы левых.
3. Политик – коммунист, газета позиционируется как центристская.

### **Устный опрос (контрольные вопросы)**

1. Формы аналитической обработки материалов СМИ. Анализ документов, наблюдение и опрос; контент-анализ; анкетирование.
2. Планирование деятельности PR-служб.
3. Оценка эффективности программы: подготовка критериев оценки, оценка хода реализации, оценка результатов выполнения, интерпретация результатов оценки PR-деятельности подразделения.

### **Примерная тематика рефератов**

1. Деятельность службы PR по установлению «обратной связи» между органами государственной власти и населением.
2. Политические партии, общественно-политические организации современной России.
3. Служба связей с общественностью политических партий и общественно-политических организаций.

## **Тема 7. Общие проблемы взаимодействия общественных объединений и структур государственной власти**

### **Тестовые задания**

#### **1. Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции:**

1. определение проблемы
2. планирование программы
3. оценка программы
4. интерпретация общественного мнения
5. осуществление коммуникаций

#### **2. PR – это (выберите единственное верное определение):**

1. оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга.
2. формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность
3. особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью
4. деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации

#### **3. Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются:**

1. средства связи
2. средства массовой информации
3. службы PR
4. общественность

#### **4. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации:**

1. телевидение
2. филиалы организации на местах
3. телеграфное агентство
4. радио

#### **5. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:**

1. новостной релиз
2. пресс-релиз
3. стрингер
4. медиа-кит

## **Ситуационные задания**

**ЗАДАНИЕ №1.** Разработать социально-профессиональный портрет специалиста PR-службы, работающего с органами власти.

### **Устный опрос (контрольные вопросы)**

1. Механизм, уровни, формы взаимодействия общественных объединений и структур государственной власти.
2. Основные принципы взаимодействия.
3. Направления повседневного взаимодействия государственных органов и общественных институтов в Послании Президента РФ Федеральному Собранию в 1995 г. «О действенности государственной власти в России».
4. Проблемы взаимодействия общественных объединений и структур государственной власти.
5. Комплексные меры: политико-правовые, организационные, финансово-экономические, информационные меры и т.д. Создание специальных подразделений по взаимодействию с общественными объединениями.

### **Примерная тематика рефератов**

1. Служба PR и пресса: организационный и этический аспекты проблемы.
2. Избирательное право и его реализация в Российской Федерации.
3. Информационно-аналитическое сопровождение избирательной компании и работа службы связей с общественностью.

## **Тема 8. Политические партии и гражданские объединения как партнеры PR-служб**

### **Тестовые задания**

**1. Что из перечисленного ниже не является видом размещения PR информации на радио:**

1. радиожурнал
2. радиопередача
3. радиоприем
4. новостная программа

**2. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации:**

1. Телевидение
2. Радио
3. Пресса
4. Интернет

**3. Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью**

1. Кодекс ИПРА (IPRA)
2. Кодекс этики государственных служащих
3. Трудовой кодекс
4. Гражданский кодекс
5. Административный кодекс

**4. Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов":**

1. финансовые
2. материальные
3. этические
4. гражданские

**5. Что не может регулироваться нормами права в PR сфере:**

1. Субъекты информационного воздействия
2. Результаты PR акций
3. Формы коммуникаций
4. Средства передачи информации

### **Ситуационные задания**

**ЗАДАНИЕ № 1.** Проанализировать основные законодательные акты, регулирующие сферу применения PR-технологий. Составить таблицу рейтингов сайтов государственных организаций.

**Устный опрос  
(контрольные вопросы)**

1. Функции партии в системе политического управления обществом.
2. Формы сотрудничества партийных и государственных структур.
3. Основы взаимодействия государственных органов и общественных организаций.
4. Гражданские объединения как третий сектор (первый – государственный, второй – бизнес-сектор).
5. Законодательное регулирование сотрудничества государства и общественных организаций.

**Примерная тематика рефератов**

1. Организационно-методические приемы работы службы PR на различных этапах избирательного процесса.
2. Политический маркетинг.
3. Работа службы PR на муниципальных выборах.
4. Имидж как категория Public Relations.
5. Имидж политического деятеля.

## Тема 9. Работа PR-служб со СМИ

### Тестовые задания

**1. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?**

1. Планирование PR кампании.
2. Анализ целевой аудитории
3. Определение PR проблемы
4. Анализ эффективности результатов PR кампании

**2. PR-кампания – это:**

1. компания PR специалистов
2. комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы
3. комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного мнения
4. заседание совета журналистов

**3. При проведении PR кампании персонал компании и члены их семей являются:**

- 0) внешней целевой аудиторией
- 1) внутренней целевой аудиторией
- 2) ключевой аудиторией
- 3) корпоративной аудиторией

**4. "План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет" являются составной частью:**

- 0) анализа PR проблемы
- 1) плана PR кампании
- 2) анализа целевых аудиторий
- 3) определения рейтинга

**5. Бюджет PR кампании - это:**

- 1) сумма, которую закладывает организация на осуществление PR деятельности
- 2) сумма, которую закладывает организация на покупку средств массовой информации
- 3) сумма, которую закладывает организация на административно-хозяйственные расходы
- 4) сумма, которую закладывает организация на социальные нужды

### Ситуационные задания

Задание №1. Разработайте формат бейджей для гостей и организаторов/участителей следующих событий:

- пресс-конференция «Телевизор нового поколения», посвященная выходу на рынок новой модели мини-телевизора;
- медиа-презентация экологически чистого напитка «Живая капля»;
- форум представителей малого бизнеса;
- тест-драйв малотоннажного автомобиля для малого бизнеса;
- свой вариант.

По результатам обсуждения выработайте 5-7 основных требований, которым должен соответствовать бейдж.

### **Устный опрос (контрольные вопросы)**

1. СМИ в роли посредника между государством и обществом.
2. Работа PR-служб со СМИ.
3. Функции PR-специалиста.

### **Примерная тематика рефератов**

1. Методика формирования, актуализации, фиксации и корректировки имиджа политической партии.
2. Политическая реклама и деятельность службы связей с общественностью в политической сфере.
3. Политический PR: мое видение проблемы

## **УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ К ЗАНЯТИЯМ**

### **Основная учебная литература**

1. Кузнецова Е.В. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Кузнецова Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2017.— 125 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61081>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Гринь, С. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : методическое пособие (курс лекций) / С. Н. Гринь. — Электрон. текстовые данные. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 183 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86416.html>

### **Дополнительная учебная литература**

1. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 431 с. — ISBN 978-5-238-01742-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81693.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Шибаев, Д. В. Организация работы с обращениями граждан : учебное пособие / Д. В. Шибаев. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 105 с. — ISBN 978-5-4487-0462-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80591.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Резер, Т. М. Информационная открытость органов государственного и муниципального управления : учебное пособие / Т. М. Резер. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-7996-2297-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/107038.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины**

1. Информационный портал «PR-Life» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.pr-life.ru/>

2. Сайт журнала «PR в России» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.rupr.ru/>

3. Сайт журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Электр. дан.

и прогр. – режим доступа: <http://www.press-service.ru/>

4. Сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.raso.ru/>

5. Сайт справочно-информационного web-издания «PR-info» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. И прогр. – режим доступа: <http://www.pr-info.ru/>

6. Центр политических технологий [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.politcom.ru/>