

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
Воронежский государственный архитектурно-строительный университет

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор магистратуры  
Н.А. Драпалюк  
«20» 10 2015 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

Дисциплины «Управление общественными отношениями»

Направление подготовки (специальность) – 38.04.02 Менеджмент

Квалификация (степень) выпускника магистр

Нормативный срок обучения 2 года/2 года 5 месяцев

Форма обучения очная/заочная

Авторы программы: Мажарова Л.А. (к.э.н., доц.)

Программа обсуждена на заседании кафедры Управления строительством

«15» 10 2015 года Протокол № 2/1

Зав. кафедрой Баркалов С.А.

**Воронеж 2015**

# **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **1.1. Цели дисциплины**

Главные цели изучения данного курса в теории – знакомство и освоение магистрами современных форм и методов управления общественными отношениями, повышение соответствующих компетенций студентов, определение роли PR в деятельности государственных и муниципальных органов, а также коммерческих структур, выявление функций служб по связям с общественностью, формирование представлений студентов о роли и функциях PR-технологий в политике, экономике, социальной сфере, о допустимости применения государственными и муниципальными органами тех или иных способов влияния на общественное мнение. Практические задачи курса связаны с овладением магистрами первичными навыками работы с общественностью, умением подготовиться к проведению релевантных исследований, пониманием необходимости и эффективности креативного, ненасильственного подхода во взаимоотношениях власти и населения.

## **1.2. Задачи освоения дисциплины**

Основные задачи дисциплины «Управление общественными отношениями»:

- сформировать у магистров представление о структуре общественных отношений в обществе и способах управления ими;
- дать представление о развитии истории и практики управления общественными отношениями в России и за рубежом;
- сформировать понимание роли работы с общественностью в деятельности органов государственного и муниципального управления;
- сформировать систему знаний по проблемам выражения, формирования и изучения общественного мнения;
- познакомить с основами деятельности служб по связям с общественностью;

- дать навыки работы с общественным мнением и информационным освещением работы органов государственного и муниципального управления.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Дисциплина «Управление общественными отношениями» относится к вариативной части учебного плана.

Дисциплина «Управление общественными отношениями» является предшествующей для дисциплины «Методы прогнозирования социально-экономических систем»

## **3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс изучения дисциплины «Управление общественными отношениями» направлен на формирование у обучающегося следующих компетенций:

**- общекультурных (ОК):**

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

**- общепрофессиональных компетенций (ОПК):**

- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2)

**- профессиональных компетенций (ПК):**

- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);

- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);

- способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен

***Знать:***

основные термины, понятия и категории управления общественными отношениями;

цели, объекты, субъекты, задачи и функции управления общественными отношениями;

методологические основы построения коммуникаций «власти и общества» на государственном и муниципальном уровнях.

***Уметь:***

четко, сжато, убедительно представлять позицию государства по широкому кругу вопросов выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание;

представлять руководству обоснованные рекомендации по подготовке нормативных правовых актов и иных документов в процессе работы государственных структур;

выявлять информацию, необходимую для принятия решений, при получении "обратной связи" в профессиональной деятельности;

содействовать внедрению научных и технических достижений в практику государственного и муниципального управления и др.

***Владеть:***

методами классификации и разработки имиджа;

методами анализа общественного мнения;

методами разработки, реализации и оценки избирательных программ;

методами поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной информации;

методами организации работы служб по управлению общественными отношениями в органах исполнительной и законодательной власти

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Управление общественными отношениями» составляет 4 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1/1 курс (сессия 3)
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	42/8	42/8
В том числе:		
Лекции	8/2	8/2
Практические занятия (ПЗ)	34/6	34/6
Лабораторные работы (ЛР)	-/-	-/-
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	102/132	102/132
В том числе:		
Курсовой проект	-/-	-/-
Контрольная работа	-/-	-/-
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	-/4	-/4
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
час		
зач. ед.	4	4

**Примечание:** здесь и далее числитель – очная/знаменатель – заочная формы обучения.

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Управление общественными отношениями как наука и учебная дисциплина	Термин «Управление общественными отношениями». Объект, субъект, цели управления общественными отношениями. Сущность, принципы управления общественными отношениями. Управление общественными отношениями и основные общественные науки и научные направления.
2	История развития управления общественными отношениями.	Политические и коммерческие связи с общественностью (PR) в Античности. Политическая коммуникация в раннесредневековом обществе. Эволюция политической коммуникации в эпоху «развитого феодализма». Эпоха Ренессанса – новый этап в развитии политической коммуникации. Общие тенденции развития связей с общественностью в Европе в Новое время. История развития политических коммуникаций в США. Развитие управления общественными отношениями в России.
3	Управление общественными отношениями в политической сфере	Технологии агитационно-пропагандистского типа. PR-технологии. Информационные технологии создания имиджа.

4	Управление общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления	Место и роль служб по связям с общественностью в социальных организациях. Структура и основные направления деятельности служб по связям с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. Управление общественными отношениями в период избирательной кампании.

### 5.2 Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№ разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин			
		1	2	3	4
1.	Методы прогнозирования социально-экономических систем	+	+	+	+

### 5.3. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего час.
1.	Управление общественными отношениями как наука и	2/2	8/-	-	30/32	40/32

	учебная дисциплина					
2.	История развития управления общественными отношениями.	2/-	8/2	-	22/34	32/36
3.	Управление общественными отношениями в политической сфере	2/-	10/2	-	30/32	42/34
4.	Управление общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления	2/-	8/2	-	30/32	40/34

## 6. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

№ п/п	№ а дисциплины	Тематика практических занятий	Трудо-емкость (час)
1	1	Управление общественными отношениями как элемент системы государственного и муниципального управления.	2/-
		Субъекты управления общественными отношениями и их цели.	2/-
		Содержание деятельности по управлению общественными отношениями.	2/-
		Управление общественными отношениями и основные общественные науки и научные направления.	2/-
2	2	Политические и коммерческие связи с	2/-



		общественностью (PR) в Античности и Средневековье	
		Общие тенденции развития связей с общественностью в Европе в Новое время.	2/-
		История развития политических коммуникаций в США	2/-
		Развитие управления общественными отношениями в России	4/2
3	3	Технологии агитационно-пропагандистского типа.	2/-
		Информационные технологии создания имиджа.	2/-
		Управление общественными отношениями в предвыборной компании.	2/-
		Модели политического пространства Российской Федерации:	2/2
4	4	Роль управления общественными отношениями в деятельности органов государственного и муниципального управления.	2/2
		Структура, функции и основные направления деятельности служб по связям с общественностью в органах власти федерального уровня.	2/-
		Структура, функции и основные направления деятельности служб по связям с общественностью в органах власти регионально и местного уровней	2/-
		Содержание деятельности сотрудника службы по связям с общественностью	2/-

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО И ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ»

### 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

№ п/п	Компетенция (общекультурная – ОК; профессиональная - ПК)	Форма контроля	семестр
1	<p>готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);</p> <p>готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);</p> <p>готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2)</p> <p>способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);</p> <p>способность использовать</p>	<p>Устный опрос (УО)</p> <p>Тестирование (Т)</p> <p>Творческое задание (ТЗ)</p> <p>Экзамен (Э)</p>	1/1 курс

	<p>современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);</p> <p>способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания (ПК-11).</p>		
--	--	--	--

**7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Форма контроля			
		УО	Т	ТЗ	З
Знает	<p>основные термины, понятия и категории управления общественными отношениями;</p> <p>цели, объекты, субъекты, задачи и функции управления общественными отношениями;</p> <p>методологические основы построения коммуникаций «власти и</p>	+	+	+	+

	общества» на государственном и муниципальном уровнях (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)				
Умеет	четко, сжато, убедительно представлять позицию государства по широкому кругу вопросов выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание;  представлять руководству обоснованные рекомендации по подготовке нормативных правовых актов и иных документов в процессе работы государственных структур;  выявлять информацию, необходимую для принятия решений, при получении "обратной связи" в профессиональной деятельности;  содействовать внедрению научных и технических достижений в практику государственного и	+	+	+	+

	муниципального управления и др. (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)				
Владеет	<p>методами классификации и разработки имиджа;</p> <p>методами анализа общественного мнения;</p> <p>методами разработки, реализации и оценки избирательных программ;</p> <p>методами поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной информации;</p> <p>методами организации работы служб по управлению общественными отношениями в органах исполнительной и законодательной власти(ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)</p>	+	+	+	+

### 7.2.1.Этап текущего контроля знаний

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по пятибальной шкале с оценками:

- «отлично»;
- «хорошо»;

- «удовлетворительно»;
- «неудовлетворительно»;
- «не аттестован».

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
Знает	<p>основные термины, понятия и категории управления общественными отношениями;</p> <p>цели, объекты, субъекты, задачи и функции управления общественными отношениями;</p> <p>методологические основы построения коммуникаций «власти и общества» на государственном и муниципальном уровнях (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)</p>	отлично	<p>Полное или частичное посещение лекционных и практических занятий.</p> <p>Выполненные ТЗ и УО на оценки «отлично».</p>
Умеет	<p>четко, сжато, убедительно представлять позицию государства по широкому кругу вопросов выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание;</p> <p>представлять руководству обоснованные рекомендации по подготовке нормативных правовых актов и иных документов в процессе работы государственных структур;</p> <p>выявлять информацию,</p>		

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	<p>необходимую для принятия решений, при получении "обратной связи" в профессиональной деятельности;</p> <p>содействовать внедрению научных и технических достижений в практику государственного и муниципального управления и др. (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)</p>		
Владеет	<p>методами классификации и разработки имиджа;</p> <p>методами анализа общественного мнения;</p> <p>методами разработки, реализации и оценки избирательных программ;</p> <p>методами поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной информации;</p> <p>методами организации работы служб по управлению общественными отношениями в</p>		

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	органах исполнительной и законодательной власти(ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)		
Знает	основные термины, понятия и категории управления общественными отношениями; цели, объекты, субъекты, задачи и функции управления общественными отношениями; методологические основы построения коммуникаций «власти и общества» на государственном и муниципальном уровнях (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)	хорошо	Полное или частичное посещение лекционных и практических занятий. Выполненные ТЗ, Т, УО на оценки «хорошо».
Умеет	четко, сжато, убедительно представлять позицию государства по широкому кругу вопросов выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание; представлять руководству обоснованные рекомендации по подготовке нормативных правовых актов и иных документов в процессе работы государственных структур;		



Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	<p>выявлять информацию, необходимую для принятия решений, при получении "обратной связи" в профессиональной деятельности;</p> <p>содействовать внедрению научных и технических достижений в практику государственного и муниципального управления и др. (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)</p>		
Владеет	<p>методами классификации и разработки имиджа;</p> <p>методами анализа общественного мнения;</p> <p>методами разработки, реализации и оценки избирательных программ;</p> <p>методами поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной информации;</p> <p>методами организации работы служб по управлению</p>		

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	общественными отношениями в органах исполнительной и законодательной власти(ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)		
Знает	основные термины, понятия и категории управления общественными отношениями; цели, объекты, субъекты, задачи и функции управления общественными отношениями; методологические основы построения коммуникаций «власти и общества» на государственном и муниципальном уровнях (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)	удовлетворительно	Полное или частичное посещение лекционных и практических занятий. Удовлетворительное выполненные ТЗ, Т, УО
Умеет	четко, сжато, убедительно представлять позицию государства по широкому кругу вопросов выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание; представлять руководству обоснованные рекомендации по подготовке нормативных правовых актов и иных документов в процессе работы государственных		

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	<p>структур;</p> <p>выявлять информацию, необходимую для принятия решений, при получении "обратной связи" в профессиональной деятельности;</p> <p>содействовать внедрению научных и технических достижений в практику государственного и муниципального управления и др. (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)</p>		
Владеет	<p>методами классификации и разработки имиджа;</p> <p>методами анализа общественного мнения;</p> <p>методами разработки, реализации и оценки избирательных программ;</p> <p>методами поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной информации;</p> <p>методами организации</p>		

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	работы служб по управлению общественными отношениями в органах исполнительной и законодательной власти(ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)		
Знает	основные термины, понятия и категории управления общественными отношениями; цели, объекты, субъекты, задачи и функции управления общественными отношениями; методологические основы построения коммуникаций «власти и общества» на государственном и муниципальном уровнях (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)	неудовлетворительно	Частичное посещение лекционных и практических занятий. Неудовлетворительно выполненные ТЗ, Т, УО
Умеет	четко, сжато, убедительно представлять позицию государства по широкому кругу вопросов выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание; представлять руководству обоснованные рекомендации по подготовке нормативных правовых актов и иных документов в		

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	<p>процессе работы государственных структур;</p> <p>выявлять информацию, необходимую для принятия решений, при получении "обратной связи" в профессиональной деятельности;</p> <p>содействовать внедрению научных и технических достижений в практику государственного и муниципального управления и др. (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)</p>		
Владеет	<p>методами классификации и разработки имиджа;</p> <p>методами анализа общественного мнения;</p> <p>методами разработки, реализации и оценки избирательных программ;</p> <p>методами поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной информации;</p>		

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	методами организации работы служб по управлению общественными отношениями в органах исполнительной и законодательной власти(ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)		
Знает	основные термины, понятия и категории управления общественными отношениями; цели, объекты, субъекты, задачи и функции управления общественными отношениями; методологические основы построения коммуникаций «власти и общества» на государственном и муниципальном уровнях (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)	не аттестован	Непосещение лекционных и практических занятий. Невыполненные ТЗ, Т, УО
Умеет	четко, сжато, убедительно представлять позицию государства по широкому кругу вопросов выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание; представлять руководству обоснованные рекомендации по подготовке нормативных правовых		

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	<p>актов и иных документов в процессе работы государственных структур;</p> <p>выявлять информацию, необходимую для принятия решений, при получении "обратной связи" в профессиональной деятельности;</p> <p>содействовать внедрению научных и технических достижений в практику государственного и муниципального управления и др. (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)</p>		
Владеет	<p>методами классификации и разработки имиджа;</p> <p>методами анализа общественного мнения;</p> <p>методами разработки, реализации и оценки избирательных программ;</p> <p>методами поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и</p>		

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	первичной информации; методами организации работы служб по управлению общественными отношениями в органах исполнительной и законодательной власти(ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)		

### 7.2.2. Этап промежуточного контроля знаний

В первом семестре/ на первом курсе семестре результаты промежуточного контроля знаний (зачет) оцениваются по двухбалльной шкале с оценками:

- «зачтено»;
- «не зачтено».

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
Знает	основные термины, понятия и категории управления общественными отношениями; цели, объекты, субъекты, задачи и функции управления общественными отношениями; методологические основы построения коммуникаций «власти и общества» на государственном и	зачтено	1. Студент демонстрирует полное понимание заданий. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. 2. Студент демонстрирует значительное понимание заданий. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.



Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	муниципальном уровнях (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)		3. Студент демонстрирует частичное понимание заданий.
Умеет	<p>четко, сжато, убедительно представлять позицию государства по широкому кругу вопросов выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание;</p> <p>представлять руководству обоснованные рекомендации по подготовке нормативных правовых актов и иных документов в процессе работы государственных структур;</p> <p>выявлять информацию, необходимую для принятия решений, при получении "обратной связи" в профессиональной деятельности;</p> <p>содействовать внедрению научных и технических достижений в практику государственного и муниципального управления и</p>		<p>Большинство требований, предъявляемых к заданию выполнены.</p>

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	др. (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)		
Владет	<p>методами классификации и разработки имиджа;</p> <p>методами анализа общественного мнения;</p> <p>методами разработки, реализации и оценки избирательных программ;</p> <p>методами поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной информации;</p> <p>методами организации работы служб по управлению общественными отношениями в органах исполнительной и законодательной власти(ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)</p>		
Знает	<p>основные термины, понятия и категории управления общественными отношениями;</p> <p>цели, объекты, субъекты, задачи и функции управления</p>	не зачтено	<p>1. Студент демонстрирует небольшое понимание заданий. Многие требования, предъявляемые к заданию не</p>

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	<p>общественными отношениями;  методологические основы построения коммуникаций «власти и общества» на государственном и муниципальном уровнях (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)</p>		<p>выполнены.  2. Студент демонстрирует непонимание заданий.  3. У студента нет ответа. Не было попытки выполнить задание.</p>
<p>Умеет</p>	<p>четко, сжато, убедительно представлять позицию государства по широкому кругу вопросов выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание;  представлять руководству обоснованные рекомендации по подготовке нормативных правовых актов и иных документов в процессе работы государственных структур;  выявлять информацию, необходимую для принятия решений, при получении "обратной связи" в профессиональной деятельности;</p>		

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
	<p>содействовать внедрению научных и технических достижений в практику государственного и муниципального управления и др. (ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)</p>		
Владет	<p>методами классификации и разработки имиджа;</p> <p>методами анализа общественного мнения;</p> <p>методами разработки, реализации и оценки избирательных программ;</p> <p>методами поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной информации;</p> <p>методами организации работы служб по управлению общественными отношениями в органах исполнительной и законодательной власти(ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11)</p>		

### 7.3. Примерный перечень оценочных средств

#### 7.3.1 Образцы творческих заданий (учебных проектов)

**Задание «Управление общественными отношениями в системе социальных дисциплин».**

На основании материалов лекций и самостоятельной работы необходимо заполнить таблицу.

**Вариант 1 «Управление общественными отношениями и право (юриспруденция)»**

<b>1</b>	Влияние права (юриспруденции) на развитие УОО	Влияние УОО на развитие права
<b>2</b>	1. 2. 3....	1. 2. 3....

**Вариант 2 «Управление общественными отношениями и психология»**

<b>1</b>	Влияние психологии на развитие УОО	Влияние УОО на развитие психологии
<b>2</b>	1. 2. 3....	1. 2. 3....

**Вариант 3 «Управление общественными отношениями и политология»**

<b>1</b>	Влияние политологии на развитие УОО	Влияние УОО на развитие политологии
<b>2</b>	1. 2. 3....	1. 2. 3....

#### Вариант 4 «Управление общественными отношениями и социология»

1	Влияние социологии на развитие УОО	Влияние УОО на развитие социологии
2	1. 2. 3....	1. 2. 3....

#### Задание «Комментарий(разъяснение) к закону/законопроекту»

На основании материалов СМИ описать основные составляющие имиджа (см. схему) одного современного отечественного или зарубежного политика. Определить к какому типу он может быть отнесен а). по российской классификации; б) по международной классификации

	Элемент имиджа	Описание
1	Стиль общения (формальный или неформальный и т.д.)	
2	Реакция на кризисы	
3	Внешний вид	
4	Жестикуляция, мимика, язык, восприимчивость к стрессу	
5	Быстрота реакции	
	<p><b>Международная классификация 9«типология Шварценберга») – подчеркнуть нужное :</b></p> <p>1. Спаситель отечества.</p>	

	2. Отец нации 3. Обаятельный лидер 4. Свойский мужик, простак
	Российская классификация (А.А. Максимова) – <b>подчеркнуть</b> <b>нужное:</b> 1. Гуманитарий 2. Хозяйственник 3. Борец 4. Человек власти 5. Технократ – менеджер западного типа 7. Бизнесмен 8. Экзотик – звезды эстрады, спорта.

### **Задание «Комментарий (разъяснение) к закону/законопроекту»**

Выбрать из числа принятых за последний год федеральных законов или находящихся на рассмотрении законопроектов один и написать по нему разъяснение(комментарий) в доступной форме раскрывающий (расмер 1500-2000 печатных знаков – не считая пробелов):

1. Суть закона/законопроекта
2. Проблему, которую он призван решить
3. Каким образом будет решена проблема (содержание законопроекта)
4. План вступления закона/законопроекта в силу

### **Комментарий к законопроекту (пример)**

Депутатами Государственной Думы РФ в первом чтении приняты поправки в Трудовой кодекс, предусматривающие обязательное применение профессиональных стандартов – требований к уровню образования,

квалификации, стажу работы и навыкам, в качестве основных критериев при приеме на работу.

Сейчас из 800 наиболее популярных профессий такие стандарты существуют только для 250 - например, учителя, пилоты, врачи не могут работать без получения специального образования. Для остальных специальностей требования не такие жесткие. Кроме того, многие работают не по специальности – по данным портала Superjob, такой опыт работы есть у 55% россиян.

Очевидно, что отсутствие единых требований к профессионализму не может быть эффективным для экономики нашей страны.

Принятый законопроект призван улучшить ситуацию. Согласно его нормам, профстандарты будут разрабатываться профессиональным сообществом, согласовываться Национальным советом по квалификации и утверждаться приказом Министерства труда и социальной защиты. Обязательным следствием внедрения профстандартов станет и пересмотр образовательных стандартов, чтобы экономика получала подготовленные кадры, особенно это касается технических и рабочих специальностей.

Идеи, изложенные в законопроекте, нашли поддержку со стороны Государственно-правового управления президента РФ, Федерации независимых профсоюзов России и Российского союза промышленников и предпринимателей.

Госдума планирует рассмотреть новый закон во втором и третьем чтениях до конца года. С 1 января 2016 года профстандарты станут обязательными для государственных внебюджетных фондов, государственных и муниципальных учреждений и организаций, более 50% активов которых находятся в государственной или муниципальной собственности, а с 1 января 2020 года они вводятся во всех организациях страны.



**Задание «Управление общественными отношениями и смежные сферы деятельности».**

На основании материалов лекций и самостоятельной работы необходимо заполнить таблицу.

**Вариант 1 «Управление общественными отношениями и PR»**

	Различия:	
<b>1</b>	Управление общественными	<b>PR</b>
<b>2</b>	отношениями	1.
	1.	2.
	2.	3....
	3....	
	Сходства:	

**Вариант 2 «Управление общественными отношениями и журналистика»**

	Различия:	
<b>1</b>	Управление общественными	<b>Журналистика 1.</b>
<b>2</b>	отношениями	2.
	1.	3....
	2.	
	3....	
	Сходства:	

**Вариант 3 «Управление общественными отношениями и маркетинг »**

	Различия:

<b>1</b>	Управление общественными отношениями	<b>Маркетинг</b>
<b>2</b>		
	1.	1.
	2.	2.
	3....	3....
Сходства:		

#### **Вариант 4 «Управление общественными отношениями и реклама»**

	Различия:	
<b>1</b>	Управление общественными отношениями	<b>Реклама</b>
<b>2</b>		
	1.	1.
	2.	2.
	3....	3....
Сходства:		

### **7.3.2 Задания для тестирования**

**1. С какими отраслями знания управление общественными отношениями не имеет общих сфер научных интересов?**

- А. физика
- Б. психология
- В. маркетинг
- Г. социология
- Д. биология

**2. Влияние управления общественными отношениями на социологию заключается в том, в работе по управлению общественными отношениями**

- А. разрабатываются рекомендации по совершенствованию законодательства
- Б. выявляются о специфические особенности поведения отдельных социальных групп
- В. в процессе управления общественными отношениями выявляются новые проблемы для социологических исследований
- Г. верны варианты А и В
- Д. верны варианты А и Б

**3. Основная мысль информационного материала должна быть**

- А. сформулирована вначале
- Б. сформулирована в конце
- В. сформулирована вначале и продублирована в конце
- Г. сформулирована либо в начале либо в конце
- Д. структура информационного материала не имеет значения

**4. Понятие общественного мнения было впервые разработано:**

- А. в России
- Б. в Германии
- В. во Франции
- Г. в США
- Д. в Великобритании

**5. Влияние права (юриспруденции) на управление общественными отношениями заключается в том, что**

- А. специалисты по управлению общественными отношениями обязаны в своей деятельности основываться на нормах права
- Б. в процессе управления общественными отношениями могут быть разработаны рекомендации по изменению норм права

В. в процессе управления общественными отношениями совершенствуются приемы риторики

Г. верны варианты А и В

Д. верны варианты А и Б

**6. ...(вставьте пропущенное слово») позволяет четко осознать место каждой государственной структуры в системе властных органов и , в соответствии с ним, создавать и поддерживать его положительный имидж**

А. психология

Б. политология

В. риторика

Г. социология

Д. юриспруденция

**7. В информационном материале должно быть ... ( вставьте правильный вариант)**

А. один ключевой момент

Б. 2-3 ключевых момента

В. 5 -7 ключевых моментов

Г. более 10 ключевых моментов

Д. любое количество ключевых моментов

**8. Понятие общественного мнения появилось впервые в:**

А. в первой половине 19в.

Б. в конце 18в.

В. во второй половине 19в.

Г. в первой трети 20в.

Д. во второй половин 20 в.

**9. Социальный стереотип – это**

- А. это относительно устойчивый и упрощенный образ социального объекта (человека, группы, организации и т. д.), который формируется и на основе общезначимых общественных норм и на основе личного опыта человека
- Б. содержательное наполнение информационного ресурса
- В. мнение большинства членов общества о какой либо проблеме или вопросе
- Г. верны варианты А и В
- Д. верны варианты А и Б

**10.Какое из публичных мероприятий можно назвать массовой PR-акцией Средневековья:**

- А. гладиаторский бой
- Б. рыцарский турнир
- В. ярмарка
- Г. коронация
- Д. демонстрация

**11.Расцвет публицистического жанра приходится на:**

- А. 14 век
- Б. 15 век
- В. 16 век
- Г. 17 век
- Д. 20 век

**12.В какой стране появились первые типографии?**

- А. Германия

- Б. Англия
- В. США
- Г. Франция
- Д. СССР

**13. Выберите верные утверждения:**

- А. Европейская экономика позднего Средневековья характеризуется значительной механизацией;
- Б. Развитие городов сопровождалось появлением и повсеместным распространением ярмарок;
- В. Письменная реклама в Средние века получила широкое распространение;
- Г. Купцы не имели широкие возможности взаимодействия, поскольку не обладали высокой мобильностью
- Д. верны все утверждения
- Е. ни одно из утверждений не верно

**14. В каком году вышла первая американская газета:**

- А. 1690
- Б. 1721
- В. 1861
- Г. 1900

**15. В какой период времени происходит институционализация связей с общественностью в Америке:**

- А. конец 18 века
- Б. начало 19 века
- В. середина 19 века
- Г. конец 20 века
- Д. начало 21 в.

**16. Как в Древней Руси назывались «профессиональные пиарщики»:**

- А. Посадники
- Б. Тиуны
- В. Городские бирючи
- Г. Князья.
- Д. Гладиаторы

**17. В каком году PR в России выделились в самостоятельную сферу деятельности:**

- А. 1989
- Б. 1991
- В. 1993
- Г. 2000
- Д. 2014

**18. Выберите правильные утверждения:**

- А. Процесс складывания PR-рынка в России нельзя считать равномерным и протекающим в соответствии с какой-либо схемой;
- Б. Как показывает анализ современной российской PR-действительности, абсолютно все коммерческие и некоммерческие организации осуществляют деятельность по связям с общественностью;
- В. Как и в социально-политической, в торговой сфере уже в XVII в. широко использовались лубки, гравюры и афиши, а позднее — и живописные или рукописные вывески;
- Г. В деловой коммуникации в России дореволюционного периода традиционно преобладали средства устной или визуальной рекламы
- Д. верны все утверждения
- Е. ни одно из утверждений не верно

**19. Утверждение: «Управление общественными отношениями – это взаимодействие организации с субъектами внешней и внутренней среды для обеспечения успешности ее (организации) деятельности» отражает**

- А. англо-саксонскую трактовку
- Б. континентально-европейскую трактовку
- В. российскую трактовку
- Г. все перечисленные трактовки
- Д. ни одну из перечисленных трактовок

**20. Задачами управления общественными отношениями для внешней среды являются**

- А. формирование психологического климата в коллективе
- Б. формирование позитивного имиджа руководства в глазах сотрудников
- В. гармонизация отношений между целевой внешней средой и руководством организации
- Г. формирование представлений данной целевой общественности о том, что данная организация работает в их интересах
- Д. подбор компетентных сотрудников

**21. «Внешнее окружение» кандидата в период избирательной кампании включает в себя**

- А. юридический отдел избирательного штаба кандидата
- Б. официальные государственные органы
- В. службу безопасности избирательного штаба кандидата
- Г. общественные организации
- Д. представителей крупного бизнеса, поддерживающих кандидата
- Е. отдел по работе со СМИ избирательного штаба кандидата



**22. Анализ избирателей – их экономического состояния, социальных характеристик, ожиданий от государственной власти, нужно проводить**

- А. перед началом избирательной кампании
- Б. в ходе избирательной кампании
- В. после окончания избирательной кампании
- Г. все варианты верны
- Д. ни один вариант не верен

**23. Первым этапом избирательной кампании считается**

- А. подведение итогов выборов, оценка их объективности
- Б. определение даты выборов
- В. начало сбора подписей в поддержку кандидата
- Г. регистрация кандидата
- Е. первое публичное выступление кандидата

**24. В функции наблюдателей на избирательных участках в день выборов входят**

- А. фиксация нарушений
- Б. устная агитация в пользу кандидата
- В. оперативное информирование кандидата и его штаба о ходе выборов
- Г. раздача рекламной продукции, содержащей информацию о программе кандидата
- Д. верны все варианты

**25. К субъектам управления общественными отношениями в органах исполнительной власти можно отнести**

- А. Департамент экономического развития Воронежской области в пределах своей компетенции
- Б. помощников депутатов Воронежской областной Думы
- В. Службу по взаимодействию со СМИ и административной работе Министерства финансов РФ
- Г. Управление пресс-службы Государственной Думы РФ

Д. верны варианты А и В

Е. верны варианты Б и Г

**26.«Централизованная» работа по управлению общественными отношениями в органах законодательной власти ведется**

А. депутатами

Б. помощниками депутатов

В. пресс-службой этого законодательного органа

Г. аналитическим центром этого законодательного органа

Д. верны варианты А и Б

Е. верны варианты В и Г

**27.Первичная оценка ситуации в рамках избирательной кампании предполагает**

А. защиту кандидата в судах различных уровней и подачу исков против конкурентов

Б. отслеживание результатов воздействия предвыборных мероприятий на избирателей

В. выяснение оценки гражданами предыдущих выборов, степень их объективности

Г. все варианты верны

Д. ни один вариант не верен

**28.По законодательству РФ депутат федерального или регионально законодательного органа может иметь**

А. до 3 помощников

Б. до 5 помощников

В. одного помощника

Г. не имеет помощников

Д. может иметь любое количество официальных помощников

**29. Прием управления общественным мнением, когда информация дается в предельно быстром темпе и в комплексе с информацией, посвященной другим событиям, называется**

- А. «вал информации»
- Б. «клиширование информации»
- В. «выборочное информирование»
- Г. «информационная война»
- Д. «игра на болевых точках»

**30. Для «серого PR» характерно использование приемов**

- А. манипулирования информацией
- Б. сознательной «утечки информации»
- В. предоставления заведомо ложных фактов
- Г. все варианты верны
- Д. ни один вариант не верен

**31. Имидж – это**

- А. восприятие человека, организации или объекта у населения или определенной его части
- Б. упрощенные представления об организации или объекте, содержащие однозначные оценки
- В. искаженное представление о человеке, организации или объекте, не соответствующее действительности
- Г. идеализированное представление о человеке, организации или объекте
- Д. устаревшее представление о человеке, организации или объекте

**32. Какие из черт присущи государственным деятелям с имиджем «Борец»**

- А. эмоциональные, резкие высказывания
- Б. немногословная, сдержанная манера речи

- В. четкая позиция, указывающая на виновников возникновения проблем
- Г. ориентация на цели, которые необходимо достичь
- Д. выделяющийся, яркий стиль одежды
- Е. сдержанный стиль одежды, хорошая физическая форма

**33.Согласно российской классификации имиджа политиков, государственные деятель, который имеет значительный опыт государственной службы на различных должностях, демонстрирует знание протокола, умение вести переговоры и искать компромиссы, относится к категории**

- А. «Человек власти»
- Б. «Хозяйственник»
- В. «Гуманитарий»
- Г. «Силовик»
- Д. «Экзотик»

**34.Клиширование информации» - это**

- А. использование готовых образов или стереотипов
- Б. использование «двойных стандартов» при оценке событий
- В. сравнение чем-то похожих, но по сути разных явлений
- Г. сознательное «разжигание» страхов и опасений
- Д. любое ложное представление об объекте или явлении

**35.Цель «серого PR» -**

- А. контролировать сознание и поведение людей
- Б. выяснить настроение общества перед официальным оглашением государственного решения
- В. обеспечить поддержку обществом действий государства
- Г. создать позитивный имидж политика в глазах населения
- Д. исказить представления населения о действительности

**36.Согласно международной классификации имиджа политиков, государственные деятель, который «строг, но справедлив» и имеет ярко выраженные авторитарные черты, относится к категории**

- А. «Спаситель отечества»
- Б. «Отец нации»
- В. «Простой человек»
- Г. «Бизнесмен»
- Д. «Технократ»

**37.PR-технологии – это**

- А. комплекс мероприятий по управлению сознанием и поведением людей
- Б. комплекс мероприятий по информированию общества о деятельности государственных, коммерческих или общественных организаций
- В. комплекс мероприятий по выяснению предпочтений общества относительно тех или иных объектов и ситуаций
- Г. все варианты верны
- Д. ни один вариант не верен

**38.Прием управления общественным мнением, когда обнародуются только отдельные «вырванные из контекста» факты, называется**

- А. «вал информации»
- Б. «клиширование информации»
- В. «выборочное информирование»
- В. «ложная аналогия»
- Г. «информационная война»

**39.Цель технологий агитационно-пропагандистского типа**

- А. контроль над сознанием и поведением людей
- Б. налаживание системы «обратной связи власти и общества»

В. своевременное и достоверное информирование населения о работе органов государственной власти

Г. выяснение настроений общества перед официальным оглашением государственного решения

Д. верно все перечисленное

#### **40. Цель «черного PR» -**

А. контролировать сознание и поведение людей

Б. выяснить настроение общества перед официальным оглашением государственного решения

В. обеспечить поддержку обществом действий государства

Г. создать позитивный имидж политика в глазах населения

Д. исказить представления населения о действительности

#### **7.3.3. Вопросы для экзамена**

1. Определение «управление общественными отношениями»

2. Англо-саксонская трактовка деятельности по управлению общественными отношениями

3. Евро-континентальная трактовка деятельности по управлению общественными отношениями

4. Российская трактовка деятельности по управлению общественными отношениями

5. Объект в управлении общественными отношениями

6. Субъекты управления общественными отношениями

7. Цели субъектов управления общественными отношениями

8. Задачи субъектов управления общественными отношениями

9. Общественное мнение и его формирование

10. Общественное сознание

11. Информационный контент и эффективность информационного воздействия

12. Принципы управления общественными отношениями
13. Функции управления общественными отношениями
14. Управление общественными отношениями и политология: взаимное влияние
15. Управление общественными отношениями и социология: взаимное влияние
16. Управление общественными отношениями и психология: взаимное влияние
17. Управление общественными отношениями и право: взаимное влияние
18. Политические и коммерческие связи с общественностью в Античности
19. Политическая коммуникация в раннесредневековом обществе
20. Эволюция политической коммуникации в эпоху «развитого феодализма»
21. Эпоха Ренессанса – новый этап в развитии политической коммуникации
22. Общие тенденции развития управления общественными отношениями в Европе в Новое время
23. Политическая коммуникация в Америке в 17-18 веках
24. Америка в 19 веке: политический PR
25. История развития политических коммуникаций в США в первой половине XX в.
26. Политические коммуникации и PR в США после Второй мировой войны
27. Коммуникация в государственной и политической сфере: от Древней Руси до Московского царства.
28. Политическая коммуникация в Российской Империи
29. Советская пропаганда
30. Период институционализации управления общественными отношениями в России в конце 1980-1990 гг.
31. Современный этап в развитии управления общественными отношениями в РФ
32. Технологии агитационно-пропагандистского типа: дезинформация
33. Технологии агитационно-пропагандистского типа: манипулирование

34. Приемы манипулирования: «выборочное и отрывочное информирование» и «вал информации»
35. Приемы манипулирования: «клиширование информации» и «двойные стандарты»
36. Приемы манипулирования: «ложная аналогия» и «ярлыки»
37. Приемы манипулирования: «манипулирование цифрами», «игра на болевых точках» и «информационная война»
38. PR и основные принципы «белого» PR
39. Содержание PR-деятельности
40. «Черный» и «серый» PR
41. Имидж и его составляющие
42. Российская классификация имиджа политиков
43. Международная классификация имиджа политиков
44. Особенности периода избирательной компании
45. Цели участия в избирательной компании
46. План избирательной компании
47. Структура предвыборного штаба кандидата
48. «Внешнее» окружение кандидата
49. Управление общественными отношениями в органах исполнительной власти
50. Управление общественными отношениями в органах законодательной власти

#### 7.3.4. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Управление общественными	ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11	Устный опрос (УО) Тестирование (Т) Творческое задание (ТЗ)



	отношениями как наука и учебная дисциплина		Зачет (З)
<b>2</b>	История развития управления общественными отношениями.	ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11	Устный опрос (УО) Тестирование (Т) Зачет (З)
<b>3</b>	Управление общественными отношениями в политической сфере	ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11	Устный опрос (УО) Тестирование (Т) Зачет (З)
<b>4</b>	Управление общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления	ОК-2; ОК-3; ОПК-2; ПК-2; ПК-3; ПК-11	Устный опрос (УО) Творческое задание (ТЗ) Тестирование (Т) Зачет (З)

#### **7.4. Порядок процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности на этапе промежуточного контроля знаний**

В первом семестре/ на первом курсе семестре результаты промежуточного контроля знаний (зачет) оцениваются по двухбалльной шкале с оценками:

- «зачтено»;
- «не зачтено».

Зачет может проводиться по итогам текущей успеваемости и (или) путем организации специального опроса, проводимого в устной и (или)

письменной форме.

Во время проведения экзамена (зачета) обучающиеся могут пользоваться программой дисциплины, а также вычислительной техникой.

## **8. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ**

1. Роль и значение общественного мнения в социально-политической и экономической жизни общества.
2. Имидж как социально-психологический феномен.
3. Ретроспективный анализ становления и развития связей с общественностью (зарубежный опыт).
4. Основные этапы формирования системы управления общественными отношениями в РФ.
5. Основы коммуникации в связях с общественностью.
6. Правовое регулирование системы управления общественными отношениями.
7. Проблемы этического регулирования связей с общественностью.
8. Типология и особенности основных групп общественности.
9. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.
10. Степень централизации и статус системы управления общественными отношениями
11. Подразделения по управлению общественными отношениями в функциональной структуре организации.
12. Лоббирование в системе конкретных стратегий управления общественными отношениями
13. Практический опыт работы подразделений по управлению общественными отношениями в государственных организациях.
14. Роль и место системы управления общественными отношениями в коммерческих структурах.
15. Проблемы деятельности по управлению общественными отношениями на уровне местного самоуправления.
16. Избирательные технологии в системе связей с общественностью.

17. Составляющие процесса управления связями с общественностью.
18. Стратегический подход к планированию мероприятий по управлению общественными отношениями.
19. Методика проведения специальных мероприятий по управлению общественными отношениями
20. Изучение общественного мнения в ходе управления общественными отношениями
21. Роль исследований в области управления общественными отношениями.
22. Управление общественными отношениями на международном уровне.
23. Роль вербальных и невербальных коммуникаций в системе управления общественными отношениями
24. Классификация услуг и основные функции специалиста по управлению общественными отношениями
25. Основные детерминанты успешного формирования личного и корпоративного имиджа.
26. Законодательство РФ в области информационной политики. Законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав.
27. Профессиональная этика специалистов по управлению общественными отношениями
28. Принципы современных коммуникаций с основными группами общественности.
29. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
30. Типология и особенности основных групп общественности.
31. Методика приоритизации групп общественности
32. Деятельность агентств, служб и отделов по управлению общественными отношениями в государственных учреждениях и силовых структурах( на примере...).
33. Опыт работы по управлению общественными отношениями в коммерческих организациях (на примере...).

34. Практика работы по управлению общественными отношениями в органах местного самоуправления и общественных организациях (на примере...).

## 9. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Не предусмотрено.

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 10.1 Основная рекомендуемая литература

#### 10.1 Основная литература:

№	Литература	Кол-во книг
1	Экономика и социология труда: учебник : допущено МО РФ. - М. : Инфра-М, 2009 -582 с.	10
2	<b>Мамедова Н. А., Кривова Т. А.</b> Управление общественными отношениями: Учебное пособие. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011 -92 с., <a href="http://www.iprbookshop.ru/10882">http://www.iprbookshop.ru/10882</a>	- п; э;

#### 10.2 Дополнительная литература:

№	Литература	Кол-во книг
1	<b>Баркалов С. А., Котенко А. М., Маилян Л.Р., Половинкин И.С.</b> Государственное и муниципальное управление: учебное пособие. - Воронеж : Научная книга, 2013 -495 с.	10
2	<b>Дубровин И. А., Каменский А. С.</b> Экономика труда: Учебник. - Москва : Дашков и К, 2013 - 230 с., <a href="http://www.iprbookshop.ru/24844">http://www.iprbookshop.ru/24844</a>	- п; э;
3	<b>Мухаев Р. Т.</b> Система государственного и муниципального управления: учебник для вузов : рек. УМО. - Москва : Юнити, 2007 -575 с.	15

**10.3 Иные библиотечно-информационные ресурсы и средства обеспечения образовательного процесса, программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование Интернет-ресурса</b>	<b>Адрес для работы</b>
1	Административно-управленческий портал	<a href="http://www.guu.aup.ru/">http://www.guu.aup.ru/</a>
2	Официальный портал органов власти Воронежской области	<a href="http://www.govvrn.ru">http://www.govvrn.ru</a>
3	Официальный сайт воронежской областной Думы	<a href="http://www.vrnoblduma.ru/">http://www.vrnoblduma.ru/</a>
4	Официальный сайт ГД РФ	<a href="http://www.duma.gov.ru/">http://www.duma.gov.ru/</a>
5	Официальный сайт Правительства РФ	<a href="http://government.ru/">http://government.ru/</a>

## **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Лекционная аудитория (оборудованная видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном).

Аудитория для проведения семинарских и практических занятий (оборудованная учебной мебелью и оборудованием для презентаций).

Библиотека (имеющая рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет).

## **12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЕ (Образовательные технологии)**

Практические занятия проводятся в следующих формах:

- семинары-дискуссии по проблемам курса;
- заслушивание докладов;

- проведение контрольных работ и тестов контроля усвоения разделов курса;
- написание пресс-релизов, комментариев к законопроектам, ответов на обращения граждан;
- написание конспектов первоисточников;
- составление словаря.

При подготовке **курсового проекта** необходимо учитывать, что Таким образом, КР является квалификационным учебно -научным произведением, включающим самостоятельную разработку избранной проблемы.

Он обладает всеми чертами научного произведения: в ней четко сформулированы проблема и исследовательские вопросы, обоснована их актуальность, изложена степень изученности проблемы, состояние ее исследования; он выполняется на основе знакомства с теоретическими подходами к проблеме, использования методологических знаний; содержит научные выводы, имеющие значение для дальнейших исследований проблемы и, таким образом, носит целостный и завершенный характер.

Выполнение КП включает ряд этапов:

- выбор темы и изучение литературы;
- разработка рабочего плана и основных вопросов;
- сбор, анализ и обобщение материалов по теме;
- формулирование основных теоретических положений, практических выводов и рекомендаций;
- оформление курсового проекта;
- рецензирование проекта и ее оценка научным руководителем;
- защита курсового проекта

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистров «Менеджмент» программа «Теория управления».

**Руководитель основной образовательной программы**

доцент, к.э.н.  
(занимаемая должность, ученая степень и звание)

*Be* Бекирова О.Н.  
(подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена учебно-методической комиссией Института экономики, менеджмента и информационных технологий

« 20 » 10 2015 г., протокол № 2/1.

Председатель д.т.н., профессор  
учёная степень и звание,

*П. Курочка*  
подпись

Курочка П.Н.  
инициалы, фамилия

**Эксперт**

Директор ООО, Заков Артем



*Иванов И.И.*  
МП