

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Читинский институт (филиал)
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра финансы и управление

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры финансов и управления
24 ноября 2025 г. протокол № 3

Заведующий кафедрой
С.Л. Курьянова



**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ)
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
Б1.О.14 PR- и GR-технологии в государственном и муниципальном
управлении**

Направление подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль): Система государственного и муниципального управления

Квалификация: магистр

Чита, 2025 г.

**Структура
фонда оценочных средств
по дисциплине «PR- и GR-технологии в государственном и муниципальном управлении»**

№ п/п	Этапы формирования компетенций	Перечень формируемых компетенций	ЗУНы (З.1, У1, Н1...)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах формирования, описания шкал оценивания
1	Введение в дисциплину	ОПК-8	З. Знать виды коммуникаций, формы и принципы взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	Уо	раскрытие темы - 10 баллов
2	Виды коммуникационных технологий в государственном и муниципальном управлении	ОПК-8	З. Знать виды коммуникаций, формы и принципы взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	Уо	раскрытие темы - 10 баллов

			информации		
3	Технологические субъекты PR- и GR-технологий в государственном и муниципальном управлении	ОПК-8	У. Уметь планировать внутренние и межведомственные коммуникации органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации Н. Владеть навыками организации взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	Индивидуальное практическое задание по темам 1-3	своевременность выполнения - 2 балла, полный и правильный ответ на задание 1 - 8 баллов, полный и правильный ответ на задание 2 - 5 баллов, полный и правильный ответ на задание 3 - 10 баллов, ответы на уточняющие - 5 баллов, (30)
4	Стратегии и модели использования СМИ в PR- и GR-технологий в государственном и муниципальном управлении	ОПК-8	У. Уметь планировать внутренние и межведомственные коммуникации органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	Кейс по теме 4	Критерии оценивания: своевременность выполнения - 1 балл, полный и правильный ответ на задание 1 - 8 баллов, полный и правильный ответ на задание 2 - 8 баллов, полный и правильный ответ на задание 3 - 8

			массовой информации Н. Владеть навыками организации взаимодей- ствия органов государ- ственной власти и мест- ного самоуправления с гражданами, коммерче- скими организациями, институтами граж- данского общества, сред- ствами массовой информации		баллов (25)
5	PR- и GR-технологии в современной интер- нетсреде	ОПК-8	У. Уметь планировать внутренние и межведом- ственные коммуникации органов государственной власти и местного само- управления с граж- данами, коммерческими организациями, институ- тами гражданского обще- ства, средствами массовой информации Н. Владеть навыками организации взаимодей- ствия органов государ- ственной власти и мест- ного самоуправления с гражданами, коммерче- скими организациями, институтами граж- данского общества, сред- ствами массовой	Эссе по теме 5	своевременность - 2 балла, соблюдение требований по оформ- лению - 3 балла, ав- торский подход - 10 баллов, раскрытие темы - 10 баллов. Итого 25 баллов (25)

			информации		
6	Эффективность и результативность PR-и GR-технологий в государственном и муниципальном управлении	ОПК-8	З. Знать виды коммуникаций, формы и принципы взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	Тест по всем темам	Каждый правильный ответ на вопрос теста оценивается в 2 балла (20)
7	Итого по текущей аттестации	ОПК-8	З. Знать виды коммуникаций, формы и принципы взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации У. Уметь планировать внутренние и межведомственные коммуникации органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами		100

			массовой информации Н. Владеть навыками организации взаимодей- ствия органов государ- ственной власти и мест- ного самоуправления с гражданами, коммерче- скими организациями, институтами граж- данского общества, сред- ствами массовой информации		
8	Промежуточная ат- тестация	ОПК-8	З. Знать виды коммуника- ций, формы и принципы взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерче- скими организациями, институтами граж- данского общества, сред- ствами массовой информации У. Уметь планировать внутренние и межведом- ственные коммуникации органов государственной власти и местного само- управления с граж- данами, коммерческими организациями, институ- тами гражданского обще- ства, средствами	зачет	100

			массовой информации Н. Владеть навыками организации взаимодей- ствия органов государ- ственной власти и мест- ного самоуправления с гражданами, коммерче- скими организациями, институтами граж- данского общества, сред- ствами массовой информации		
--	--	--	---	--	--

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ЧИТИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра финансы и управление

Список вопросов для устного опроса по теме "Виды коммуникационных технологий в государственном и муниципальном управлении". Вопросы разделены по уровням сложности для всесторонней оценки понимания темы.

I. Базовые вопросы (проверка основных знаний):

1. Что такое коммуникационные технологии в контексте государственного и муниципального управления?
2. Какие основные цели преследует использование коммуникационных технологий в государственном управлении?
3. Назовите основные виды коммуникационных технологий, используемых в государственном и муниципальном управлении. Приведите примеры. Это может быть традиционные - почта, телефон, радио, телевидение.
4. В чем разница между односторонней и двусторонней коммуникацией? Приведите примеры из практики государственного управления.
5. Какие каналы коммуникаций могут быть использованы для взаимодействия органов власти с гражданами?
6. Какие факторы следует учитывать при выборе коммуникационной технологии для решения конкретной задачи в государственном управлении?
7. Что такое электронное правительство? Какие коммуникационные технологии лежат в его основе?
8. Каковы основные преимущества использования цифровых коммуникационных технологий в государственном и муниципальном управлении?

II. Более сложные вопросы (анализ и применение знаний):

9. Оцените роль социальных сетей в коммуникационной стратегии органов государственной власти. Какие возможности и риски связаны с их использованием?
10. Какие нормативные правовые акты регулируют использование коммуникационных технологий в государственном управлении в Российской Федерации?
11. Как изменились коммуникационные технологии в государственном управлении за последние 10 лет? Какие тенденции можно отметить?
12. Приведите пример успешного и неудачного использования коммуникационных технологий в государственном управлении (можно на примере конкретного региона или муниципалитета). Объясните причины успеха или неудачи.
13. Каким образом коммуникационные технологии могут быть использованы для повышения прозрачности и подотчетности органов власти?
14. Какие проблемы могут возникнуть при внедрении новых коммуникационных технологий в государственном управлении? Как их можно преодолеть? (Например, цифровое неравенство, кибербезопасность, обучение сотрудников).
15. Как коммуникационные технологии могут способствовать развитию гражданского участия в управлении государством?
16. Сравните эффективность различных коммуникационных технологий для информирования населения о деятельности органов власти (например, веб-сайт, социальные сети, публичные слушания).

III. Проблемные вопросы (оценка, критическое мышление):

17. Какие этические проблемы возникают при использовании коммуникационных технологий в государственном управлении (например, конфиденциальность данных, манипулирование информацией)?

18. Как оценить эффективность коммуникационной деятельности органов государственной власти? Какие показатели можно использовать?

19. Каким образом органы власти могут бороться с дезинформацией и фейковыми новостями в цифровой среде?

20. Какова роль искусственного интеллекта в развитии коммуникационных технологий в государственном управлении? Какие перспективы и риски связаны с его применением?

21. Предложите конкретные меры по совершенствованию коммуникационной деятельности органов государственной власти с использованием современных технологий.

22. Как, по вашему мнению, изменятся коммуникационные технологии в государственном управлении в будущем?

23. В чем заключаются основные барьеры для эффективной коммуникации между государством и обществом? Как коммуникационные технологии могут помочь их преодолеть?

24. Оцените влияние законодательства о защите персональных данных на использование коммуникационных технологий в государственном управлении. Является ли оно достаточным для защиты прав граждан?

Варианты индивидуальных практических заданий, которые охватывают темы "Виды коммуникационных технологий в государственном и муниципальном управлении" и "Технологические субъекты PR- и GR-технологий в государственном и муниципальном управлении".

Вариант 1: Анализ коммуникационной стратегии органа власти

• **Цель:** Изучить и проанализировать коммуникационную стратегию конкретного органа государственной или муниципальной власти.

• **Задание:**

1. Выберите конкретный орган государственной или муниципальной власти (например, министерство, администрацию города, департамент).

2. Проанализируйте официальный сайт, аккаунты в социальных сетях, пресс-релизы и другие публичные материалы выбранного органа власти.

3. Определите, какие коммуникационные технологии используются для взаимодействия с гражданами и другими заинтересованными сторонами.

4. Оцените эффективность коммуникационной стратегии органа власти:

- Насколько хорошо доносится информация до целевой аудитории?
- Какова реакция граждан на коммуникационные сообщения (например, комментарии в социальных сетях, обращения в органы власти)?
- Соответствует ли коммуникационная стратегия целям и задачам органа власти?

5. Предложите рекомендации по совершенствованию коммуникационной стратегии выбранного органа власти.

6. Определите технологических субъектов PR и GR, с которыми взаимодействует данный орган власти.

• **Форма представления результатов:** Аналитический отчет (10-15 страниц).

Вариант 2: Разработка коммуникационной кампании для органа власти

• **Цель:** Разработать проект коммуникационной кампании для решения конкретной задачи, стоящей перед органом государственной или муниципальной власти.

• **Задание:**

1. Выберите конкретную задачу, стоящую перед органом государственной или муниципальной власти (например, информирование населения о новых правилах, продвижение социально значимого проекта, повышение уровня доверия к органам власти).
2. Определите целевую аудиторию коммуникационной кампании.
3. Разработайте концепцию коммуникационной кампании, включающую:
 - Цели и задачи кампании.
 - Ключевые сообщения.
 - Коммуникационные каналы и инструменты (например, социальные сети, СМИ, публичные мероприятия, реклама).
 - Бюджет кампании (приблизительный).
 - График реализации кампании.
4. Обоснуйте выбор коммуникационных технологий и каналов. Как они способствуют достижению целей кампании?
5. Определите PR- и GR-технологии которые могут быть применены в рамках коммуникационной кампании.
6. Определите технологических субъектов, которые должны быть привлечены для данной коммуникационной кампании.

• **Форма представления результатов:** Проект коммуникационной кампании (10-15 страниц).

Вариант 3: Исследование эффективности использования социальных сетей в государственном управлении

• **Цель:** Оценить эффективность использования социальных сетей органами государственной или муниципальной власти для взаимодействия с гражданами.

• **Задание:**

1. Выберите несколько аккаунтов органов государственной или муниципальной власти в социальных сетях (например, ВКонтакте, Facebook, Twitter, Instagram).
2. Проведите анализ контента, публикуемого на этих аккаунтах:
 - Какие темы освещаются?
 - Какие форматы используются (текст, фото, видео, опросы)?
 - Как часто публикуется контент?
3. Оцените вовлеченность аудитории:
 - Количество подписчиков.
 - Количество лайков, комментариев, репостов.
 - Тональность комментариев (позитивная, негативная, нейтральная).
4. Проанализируйте, как органы власти реагируют на комментарии и обращения граждан в социальных сетях.
5. Сделайте выводы о том, насколько эффективно используются социальные сети для взаимодействия с гражданами.
6. Определите технологических субъектов, которые помогают органам власти вести аккаунты в социальных сетях.

• **Форма представления результатов:** Исследовательский отчет (10-15 страниц).

Вариант 4: Сравнительный анализ PR- и GR-технологий в государственном управлении

• **Цель:** Сравнить особенности применения PR- и GR-технологий в государственном управлении, выявить их сильные и слабые стороны.

• **Задание:**

1. Дайте определения PR- и GR-технологиям.
2. Опишите цели и задачи PR- и GR-деятельности в государственном управлении.
3. Сравните основные инструменты и методы, используемые в PR- и GR-технологиях.
4. Определите ключевых субъектов PR- и GR-коммуникаций в государственном управлении.
5. Проанализируйте примеры успешного и неудачного применения PR- и GR-технологий в государственном управлении (на основе кейсов).
6. Сделайте выводы о том, в каких ситуациях целесообразно использовать PR-технологии, а в каких – GR-технологии.
7. Определите технологических субъектов, которые специализируются на PR- и GR-деятельности.

• **Форма представления результатов:** Сравнительный анализ (10-15 страниц).

Общие рекомендации:

- Четко сформулируйте цели и задачи задания.
- Используйте актуальные данные и примеры.
- Обосновывайте свои выводы и рекомендации.
- Оформляйте работу в соответствии с требованиями вашего учебного заведения.

Кейс по теме "Стратегии и модели использования СМИ в PR- и GR-технологиях в государственном и муниципальном управлении".

Кейс: Успешное внедрение раздельного сбора отходов в городе N (PR-кампания муниципалитета + GR-взаимодействие)

Ситуация:

В городе N, с населением 500 тысяч человек, остро стояла проблема утилизации твердых коммунальных отходов (ТКО). Существующая система захоронения на полигоне устарела и привела к экологическим проблемам (загрязнению почвы, воды, воздуха), а также к недовольству жителей близлежащих районов. Администрация города N приняла решение о внедрении системы раздельного сбора отходов (РСО) с целью сокращения объема захораниваемых отходов, увеличения переработки вторсырья и улучшения экологической обстановки.

Задача:

Разработать и реализовать PR- и GR-стратегию для успешного внедрения системы РСО в городе N, обеспечить поддержку со стороны населения, бизнеса и региональных органов власти.

PR-стратегия (работа с общественным мнением и населением):

• **Цели:**

- Повысить осведомленность населения о проблеме утилизации отходов и преимуществах РСО.
- Сформировать позитивное отношение к РСО и стимулировать участие жителей в программе.
- Развенчать мифы и опасения, связанные с РСО.

• **Целевая аудитория:**

- Жители города N (все возрастные группы, социальные слои).

- СМИ (городские и региональные газеты, телеканалы, радиостанции, интернет-порталы).
- Общественные организации и экологические активисты.
- **Инструменты и каналы коммуникации:**
- **СМИ:**
 - Пресс-конференции и брифинги с участием представителей администрации города, экспертов-экологов и представителей компаний-переработчиков.
 - Публикация статей, интервью и репортажей в городских и региональных СМИ, посвященных проблеме отходов и преимуществ РСО.
 - Размещение социальной рекламы на телевидении, радио и в интернете.
- **Социальные сети:**
 - Создание и активное ведение аккаунтов администрации города N в социальных сетях (ВКонтакте, Facebook, Instagram) с публикацией новостей, полезной информации, интерактивных опросов и конкурсов, посвященных РСО.
 - Взаимодействие с блогерами и лидерами мнений для распространения информации о РСО.
- **Публичные мероприятия:**
 - Организация городских фестивалей РСО с участием творческих коллективов, мастер-классов по переработке вторсырья, выставок эко-товаров.
 - Проведение информационных кампаний в школах и детских садах с использованием игровых и интерактивных методов.
 - Организация бесплатных экскурсий на мусоросортировочные комплексы для жителей города.
- **Наружная реклама:**
 - Размещение баннеров и плакатов с информацией о РСО в общественных местах (автобусные остановки, парки, торговые центры).
- **Вовлечение жителей:**
 - Организация онлайн-опросов и голосований для определения наиболее удобных мест для установки контейнеров для раздельного сбора.
 - Создание системы мотивации для участников программы РСО (например, скидки на коммунальные услуги, участие в розыгрышах призов).
- GR-стратегия (взаимодействие с органами власти и бизнесом):**
- **Цели:**
 - Получить поддержку со стороны региональных органов власти для реализации проекта РСО.
 - Привлечь частные инвестиции в создание инфраструктуры для РСО (мусоросортировочные комплексы, закупка контейнеров и спецтехники).
 - Найти партнеров среди компаний-переработчиков вторсырья.
- **Целевая аудитория:**
 - Представители регионального правительства (министерство природных ресурсов, министерство экономики).
 - Депутаты регионального парламента.
 - Руководители компаний, занимающихся переработкой отходов.
 - Представители бизнес-ассоциаций.
- **Инструменты и каналы коммуникации:**
- **Официальные встречи и переговоры:**
 - Организация встреч представителей администрации города N с губернатором и членами регионального правительства для презентации проекта РСО и обоснования необходимости его поддержки.
 - Участие в заседаниях комитетов регионального парламента для обсуждения вопросов, связанных с утилизацией отходов.

- **Лоббирование:**
 - Разработка и продвижение законодательных инициатив, направленных на стимулирование РСО (например, налоговые льготы для компаний-переработчиков, штрафы за нарушение правил утилизации отходов).
- **Публичные мероприятия:**
 - Организация круглых столов и конференций с участием представителей власти, бизнеса и экспертов для обсуждения проблем и перспектив развития отрасли переработки отходов.
 - Участие в отраслевых выставках и форумах для поиска партнеров и инвесторов.
- **Информационные материалы:**
 - Подготовка и распространение информационных материалов (брошюр, презентаций, аналитических отчетов) о проекте РСО и его социально-экономической значимости.
- **Установление партнерских отношений:**
 - Заключение соглашений о сотрудничестве с компаниями-переработчиками вторсырья.
 - Привлечение спонсоров для финансирования проекта РСО.
- Результаты:**
 - В результате реализации PR- и GR-стратегии удалось добиться широкой поддержки населения, бизнеса и региональных органов власти для внедрения системы РСО в городе N.
 - Уровень осведомленности населения о проблеме утилизации отходов и преимуществах РСО вырос на 70%.
 - Доля жителей, участвующих в программе РСО, составила 40%.
 - Объем отходов, направляемых на переработку, увеличился на 50%.
 - Администрация города N получила грант от регионального правительства на закупку контейнеров для раздельного сбора.
 - Были привлечены частные инвестиции в строительство нового мусоросортировочного комплекса.

Анализ:

Успех кейса обусловлен комплексным подходом, сочетающим PR- и GR-технологии. PR-кампания была направлена на формирование позитивного общественного мнения и стимулирование участия населения в программе РСО. GR-стратегия обеспечила поддержку со стороны органов власти и бизнеса, привлечение инвестиций и создание необходимой инфраструктуры. Важным фактором успеха стало активное использование СМИ для распространения информации о проекте и формирования общественного мнения.

Выводы:

Эффективное использование СМИ является ключевым элементом успешной PR- и GR-деятельности в государственном и муниципальном управлении. Комплексный подход, сочетающий PR- и GR-технологии, позволяет добиться широкой поддержки со стороны общества, власти и бизнеса, а также успешно решать социально значимые задачи.

Структура эссе (пример):

1. **Введение:** Актуальность темы PR и GR в цифровом мире, тезис о кардинальных изменениях и новых вызовах.
2. **PR-технологии в интернете:**
 - Определение и особенности интернет-PR.
 - Основные стратегии (контент-маркетинг, управление репутацией, influencer-маркетинг, SMM).

- Вызовы и риски (скорость распространения информации, фейки, шум, необходимость постоянного мониторинга).

3. **GR-технологии в интернете:**

- Определение и особенности интернет-GR.
- Основные стратегии (онлайн-мониторинг, электронное участие, онлайн-лоббирование, построение отношений с онлайн-активистами).

- Вызовы и риски (цифровое неравенство, кибербезопасность, прозрачность и этика).

4. **Общие факторы успеха и рекомендации:**

- Стратегическое планирование.
- Постоянный мониторинг и анализ.
- Аутентичность и прозрачность.
- Непрерывное обучение и развитие.

5. **Заключение:** Подтверждение тезиса о необходимости адаптации PR и GR к новым условиям цифрового мира, вывод о важности доверительных отношений и этичного поведения.

Пример:

PR и GR в цифровом мире: Новые горизонты и старые принципы

Современная интернет-среда коренным образом изменила ландшафт коммуникаций, предоставив беспрецедентные возможности для PR- и GR-технологий. Однако эта же среда ставит перед специалистами в области связей с общественностью и взаимодействия с органами власти новые вызовы, требующие адаптации традиционных подходов и освоения инновационных инструментов.

PR-технологии в интернете:

Интернет превратил PR из преимущественно односторонней трансляции информации в двусторонний диалог. Социальные сети, блоги, форумы и онлайн-СМИ стали мощными платформами для формирования общественного мнения, управления репутацией и вовлечения аудитории.

• Стратегии:

- **Контент-маркетинг:** Создание и распространение ценного, релевантного и последовательного контента для привлечения и удержания целевой аудитории. Примерами могут быть информативные статьи, видеоролики, инфографика, кейсы и электронные книги.

- **Управление репутацией в сети:** Мониторинг онлайн-упоминаний, оперативное реагирование на негативные отзывы и комментарии, выстраивание позитивного имиджа через участие в дискуссиях и публикацию позитивной информации.

- **Influencer-маркетинг:** Сотрудничество с лидерами мнений и блогерами для продвижения интересов организации или проекта.

- **SMM (Social Media Marketing):** Использование социальных сетей для построения сообщества, распространения информации, проведения рекламных кампаний и взаимодействия с аудиторией.

• Вызовы:

- **Скорость распространения информации:** Негативная информация может распространиться мгновенно и нанести серьезный удар по репутации.

- **Фейковые новости и дезинформация:** Борьба с недостоверной информацией и защита от клеветы.

- **Шум и перенасыщение информацией:** Сложность привлечения внимания аудитории к своим сообщениям.

- **Необходимость постоянного мониторинга и оперативного реагирования:** Требуется постоянный мониторинг онлайн-пространства и оперативное реагирование на возникающие проблемы.

GR-технологии в интернете:

Интернет также трансформировал GR, предоставив новые возможности для взаимодействия с органами власти и лоббирования интересов. Онлайн-платформы позволяют отслеживать деятельность органов власти, участвовать в обсуждении законопроектов, организовывать онлайн-петиции и проводить кампании в поддержку определенных инициатив.

• **Стратегии:**

- **Онлайн-мониторинг:** Отслеживание деятельности органов власти, публикаций в СМИ и онлайн-дискуссий, касающихся интересов организации.
- **Электронное участие:** Участие в онлайн-консультациях и обсуждениях законопроектов, представление экспертных заключений и аналитических материалов.
- **Онлайн-лоббирование:** Организация онлайн-петиций, проведение кампаний в социальных сетях, направление обращений в органы власти через интернет-платформы.
- **Построение отношений с онлайн-активистами:** Взаимодействие с онлайн-активистами и общественными организациями для продвижения общих интересов.

• **Вызовы:**

- **Цифровое неравенство:** Неравномерный доступ к интернету и цифровым технологиям может ограничивать возможности для участия в онлайн-дискуссиях и лоббировании.
- **Кибербезопасность:** Защита информации от кибератак и несанкционированного доступа.
- **Прозрачность и этика:** Обеспечение прозрачности GR-деятельности и соблюдение этических норм при взаимодействии с органами власти в онлайн-среде.

Заключение:

Интернет-среда открывает новые горизонты для PR- и GR-технологий, предоставляя беспрецедентные возможности для взаимодействия с общественностью и органами власти. Однако успешное применение этих технологий требует адаптации к новым условиям, освоения инновационных инструментов и учета возникающих вызовов. Ключевыми факторами успеха являются:

• **Стратегическое планирование:** Разработка четкой стратегии, учитывающей особенности онлайн-среды и цели организации.

• **Постоянный мониторинг и анализ:** Отслеживание онлайн-упоминаний, анализ эффективности коммуникационных кампаний и оперативное реагирование на возникающие проблемы.

• **Аутентичность и прозрачность:** Честное и открытое общение с аудиторией, соблюдение этических норм и раскрытие информации о своей деятельности.

• **Непрерывное обучение и развитие:** Освоение новых инструментов и технологий, изучение лучших практик и постоянное совершенствование своих навыков.

В конечном счете, успех PR- и GR-деятельности в современной интернет-среде зависит от способности адаптироваться к новым условиям, использовать инновационные инструменты и строить доверительные отношения с аудиторией и органами власти.

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации Читинский институт
(филиал) Федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ЧИ ФГБОУ ВО «БГУ»)

Направление - 38.04.04 Государ-
ственное и муниципальное управ-
ление

Профиль - Система государствен-
ного и муниципального управления

Кафедра финансы и управление

Дисциплина - PR- и GR-технологии
в государственном и муниципаль-
ном управлении

БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. Задание на определение вида местных сообществ, участвующих в социальных проектах (30 баллов).
3. Задание на составление схемы взаимодействия субъектов PR-GR-технологий (40 баллов).

Составитель _____ А.В. Черданцева
Заведующий кафедрой _____ С.Л. Курьянова

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: В тесте 15 вопросов, каждый правильный ответ 2 балла.

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Правильно и полное выполненное задание дает 30 баллов.

3-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Правиль-
ный и полный ответ на 40 баллов

Проверочный тест по дисциплине "PR- и GR-технологии в государственном и му- ниципальном управлении" (разные типы вопросов)

Инструкция: Внимательно прочитайте вопрос и выберите наиболее подходящий ва-
риант ответа или выполните требуемое задание.

**Тип 1: Вопросы с множественным выбором (выберите один или несколько пра-
вильных ответов)**

1. **Какие из перечисленных задач решают PR-технологии в государствен-
ном управлении?** а) Лоббирование интересов отрасли. б) Формирование позитивного ими-
джа органов власти. с) Информирование граждан о реализуемых программах и проектах. d)
Разработка нормативных актов. e) Предотвращение распространения негативной информа-
ции.

2. **Какие из перечисленных инструментов могут быть использованы в GR-
деятельности на муниципальном уровне?** а) Организация пресс-конференций. б)
Участие в публичных слушаниях по градостроительному зонированию. с) Направление

обращений к депутатам муниципального собрания. d) Проведение PR-кампаний в социальных сетях. e) Организация митингов и демонстраций.

Тип 2: Вопросы с выбором одного правильного ответа

3. **Какая из следующих задач является основной целью GR-деятельности в государственном управлении?** а) Формирование позитивного имиджа государственного служащего. б) Информирование граждан о деятельности органов власти. с) Обеспечение благоприятного нормативно-правового регулирования для организации или отрасли. d) Разработка медиа-стратегии для освещения деятельности органов власти.

4. **Что такое "антикризисный PR"?**

а) Меры по предотвращению экономических кризисов. б) План действий по управлению репутацией организации в условиях кризисной ситуации. с) Поддержка населения во время стихийных бедствий. d) Освещение деятельности организации в период экономического подъема.

Тип 3: Вопросы на соответствие (сопоставьте элементы из двух списков)

5. **Сопоставьте тип коммуникационного канала и его наиболее подходящее применение в PR- или GR-деятельности:**

Коммуникационный канал	Применение
а) Пресс-релиз	1. Лоббирование интересов на уровне регионального парламента
б) Социальные сети	2. Оперативное информирование СМИ о текущих событиях
с) Личная встреча с депутатом	3. Формирование общественного мнения и вовлечение граждан

Тип 4: Вопросы типа "Верно/Неверно"

6. Утверждение: *Основная цель PR в государственном управлении – исключительно формирование позитивного мнения о конкретном чиновнике.* Верно / Неверно

7. Утверждение: *GR-деятельность – это исключительно лоббирование интересов бизнеса в органах власти.* Верно / Неверно

Тип 5: Открытые вопросы (требуют краткого ответа)

8. Приведите пример ситуации, когда органам местного самоуправления необходимо использовать PR-технологии для разрешения конфликтной ситуации с населением.

9. Опишите, какие этические принципы должны лежать в основе GR-деятельности в государственном управлении.

Тип 6: Вопросы-кейсы (требуют анализа и применения знаний)

10. **Ситуация:** В городе Н. планируется строительство нового мусороперерабатывающего завода. Жители окрестных районов высказывают опасения по поводу возможного загрязнения окружающей среды и ухудшения качества жизни.

Какие PR- и GR-технологии следует использовать администрации города для разрешения конфликтной ситуации и успешной реализации проекта? Опишите основные шаги и инструменты, которые необходимо предпринять.

Ключ к ответам:

1. б, с, е
2. б, с, d
3. с
4. б
5. а - 2; б - 3; с - 1
6. Неверно
7. Неверно

8. **(Пример ответа):** Задержка с выплатой пособий, авария на коммунальных сетях, изменение правил землепользования и застройки, вызывающее протесты жителей.

9. **(Пример ответа):** Прозрачность, честность, законность, ответственность перед обществом, избежание конфликта интересов, соблюдение кодекса этики и служебного поведения.

10. **(Пример ответа - кейс):**

PR-технологии:

- **Информирование:** Публикация детальной информации о проекте, технологиях, используемых на заводе, и мерах безопасности. Использование СМИ, социальных сетей, веб-сайта администрации.

- **Вовлечение:** Организация публичных слушаний, встреч с жителями, ответы на вопросы, учет предложений и замечаний.

- **Визуализация:** Создание презентаций, видеороликов, 3D-моделей, показывающих, как будет выглядеть завод и как он будет функционировать.

- **Работа с лидерами мнений:** Привлечение экспертов-экологов, ученых, представителей общественности для оценки проекта и разъяснения его безопасности.

GR-технологии:

- **Взаимодействие с депутатами:** Информирование депутатов городского совета о проекте и его преимуществах, получение поддержки.

- **Взаимодействие с региональными властями:** Получение необходимых разрешений и согласований.

- **Согласование санитарно-защитной зоны:** Проведение необходимых экспертиз и согласование границ санитарно-защитной зоны с учетом интересов жителей.

- **Разработка компенсационных мер:** Предоставление льгот и компенсаций жителям близлежащих районов (улучшение инфраструктуры, благоустройство территории и т.д.).

- **Мониторинг:** Постоянное отслеживание общественного мнения и реагирование на возникающие вопросы и опасения.

Оценка результатов:

• Максимальное количество баллов:

- Вопросы 1-4: 2 балла за каждый (за каждый правильный ответ).
- Вопрос 5: 3 балла.
- Вопросы 6-7: 1 балл за каждый.
- Вопросы 8-9: 2 балла за каждый (оценивается полнота и правильность ответа).

- Вопрос 10: 10 баллов (оценивается комплексность, правильность и реалистичность предложенных мер).

- **Итого: 30 баллов**

• Оценка (примерная):

- 27-30 баллов: Отлично
- 23-26 баллов: Хорошо
- 18-22 баллов: Удовлетворительно
- Менее 18 баллов: Неудовлетворительно (требуется дополнительное изучение материала)

2. Задание на определение вида местных сообществ, участвующих в социальных проектах (30 баллов).

Определение вида местных сообществ, участвующих в социальных проектах, можно осуществить по нескольким критериям. Важно учитывать социальные, экономические и

культурные аспекты данного сообщества. Вот несколько видов местных сообществ, которые могут участвовать в социальных проектах:

1. **Гражданские сообщества:**
 - Неправительственные организации (НПО) и благотворительные фонды.
 - Группы активистов, направленные на решение социальных, экологических или правозащитных проблем.
2. **Коммерческие сообщества:**
 - Бизнес-структуры, вовлеченные в социально-ответственное предпринимательство.
 - Компании, активно поддерживающие местные инициативы через спонсорство или участия в социальных проектах.
3. **Образовательные сообщества:**
 - Школы, университеты и другие образовательные учреждения, которые реализуют проекты по развитию местных сообществ или занимаются волонтерской деятельностью.
 - Студенческие объединения и клубы, которые участвуют в социальных инициативах.
4. **Религиозные и культурные сообщества:**
 - Церкви, приходы и другие религиозные организации, активно занимающиеся благотворительностью и поддержкой малоимущих слоев населения.
 - Культурные центры и клубы, работающие над сохранением культурного наследия и поддержки местного населения.
5. **Местные органы власти:**
 - Муниципальные и региональные администрации, участвующие в социальных проектах через различные программы.
 - Комитеты и советы, работающие над вопросами развития и социальной защиты на местном уровне.

При определении вида местного сообщества, участвующего в социальных проектах, важно также учитывать:

- **Цели участия:** какие именно цели ставятся, какова мотивация участников.
- **Область деятельности:** какие конкретные социальные проблемы решаются (образование, экология, здоровье и т.д.).
- **Степень вовлеченности:** насколько активно сообщество участвует в проекте, какие ресурсы и методы применяются.

Эти аспекты помогут глубже понять структуру и виды местных сообществ, а также их роль в социальном развитии региона.

3. Задание на составление схемы взаимодействия субъектов PR-GR-технологий (40 баллов).

Схема взаимодействия субъектов PR-GR-технологий может включать следующие ключевые элементы и группы участников.

1. **Государственные органы:**
 - Министерства
 - Региональные администрации
 - Муниципальные органы
 - Контрольные и надзорные организации
2. **Бизнес-сообщество:**

- Корпорации
- Маломасштабные предприятия
- Профессиональные ассоциации
- 3. **Некоммерческие организации:**
 - Фонды
 - Общественные организации
 - Экологические и социальные инициативы
- 4. **Медиа:**
 - Журналистика (газеты, журналы)
 - Телевидение и радио
 - Интернет-СМИ и блоги
- 5. **Общественность:**
 - Граждане
 - Группы интересов
 - Лидеры мнений
- 6. **Эксперты и аналитики:**
 - Академические учреждения
 - Консалтинговые компании
 - Социологические службы

Схема взаимодействия:

• **Государственные органы** взаимодействуют с **бизнесом** для разработки регуляторной политики и норм, а также с **некоммерческими организациями** для учета общественного мнения и социальных нужд.

• **Бизнес** организует PR-кампании для улучшения своего имиджа и лоббирования интересов через **медиа** и **государственные органы**.

• **Некоммерческие организации** часто направляют свои инициативы на **государственные органы** и используют **медиа** для привлечения общественного внимания к своим вопросам.

• **Медиа** освещает события и взаимодействует как с **государственными органами**, так и с **бизнесом**, обеспечивая взаимный поток информации.

• **Общественность** играет активную роль в формировании общественного мнения и давления на все остальные субъекты, инициируя обсуждения через **медиа** и участвуя в общественно-значимых инициативах.

Это взаимодействие должно быть двусторонним: субъекты должны уметь слушать друг друга, учитывать интересы и потребности, чтобы достигать взаимоприемлемых решений.

Для создания более конкретной схемы можно использовать вид диаграммы или таблицы, где каждое направление взаимодействия будет показано стрелками, отображающими потоки информации, влияния и обратной связи.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Система критериев оценки определяет оценку успеваемости по каждому заданию (вопросу) экзаменационного билета или заданию для зачета с использованием интервальной шкалы баллов, применяемой в привязке к рейтинговой 100-балльной системе

ОЦЕНКА ОТВЕТА НА ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ВОПРОС В УСТНОЙ ИЛИ ПИСЬМЕННОЙ ФОРМЕ:

Оценка «отлично» / «зачтено» (91-100 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: Ответ отличается глубиной и полнотой, свободным владением понятийно-категориальным (терминологическим) аппаратом изученной дисциплины. Отражает знание не только основной, но и дополнительной литературы. Приведены примеры, отражающие умение связать теорию с практикой. Ответ изложен логически последовательно, грамотно и корректно.

Оценка «хорошо» / «зачтено» (76-90 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: Ответ отличается полнотой, владением понятийно-категориальным (терминологическим) аппаратом изученной дисциплины, но в ответе могут присутствовать неточности. Отражает знание основной литературы. Приведены примеры, отражающие умение связать теорию с практикой. Ответ изложен логически последовательно, грамотно и корректно, но недостаточно аргументирован.

Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» (61-75 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: В ответе отражено знание понятийно-категориального (терминологического) аппарата изучаемой дисциплины, но присутствуют отдельные ошибки и неточности. Ответ характеризуется недостаточным знанием рекомендованной литературы. Примеры, отражающие умение связать теорию с практикой, тривиальны, либо отсутствуют. Ответ неполный, носит фрагментарный, непоследовательный характер.

Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено» (0-60 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: Ответ характеризуется незнанием, либо фрагментарным представлением о понятийно-категориальном аппарате дисциплины, содержит множество ошибок. Примеры и иллюстрации отсутствуют. Ответ логически непоследователен.

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

Подсчитывается доля набранных баллов в максимальной сумме баллов за все задания теста:

- Каждый правильный ответ на тестовый вопрос (тип закрытый тест) оценивается в m баллов (число m определяется путем деления максимального количества баллов за выполнение теста в структуре экзаменационного билета/задания на количество тестовых заданий);
- Каждый частично правильный ответ на тестовый вопрос (тип закрытый тест) оценивается в $m/2$ баллов независимо от соотношения правильно/неправильно выбранных вариантов (число m определяется путем деления максимального количества баллов за выполнение теста в структуре экзаменационного билета/задания на количество тестовых заданий);
- Каждый неправильный ответ на тестовый вопрос (тип закрытый тест) оценивается в 0 баллов.

Оценка «отлично»/ «зачтено» (91-100 баллов) выставляется, если доля набранных баллов составляет 91-100%.

Оценка «хорошо»/ «зачтено» (76-90 баллов), если доля набранных баллов составляет 76-90%.

Оценка «удовлетворительно»/ «зачтено» (61-75 баллов), если доля набранных баллов составляет 61-75%.

Оценка «неудовлетворительно»/ «не зачтено» (0-60 баллов), если доля набранных баллов составляет не более 60%.