

**Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Институт информационных технологий и инновационных систем управления»
(АНПОО «ИИТИСУ»)**

УТВЕРЖДАЮ

Директор _____ А.Н. Годухин

«___» _____ 20 __ года

**дополнительная профессиональная образовательная программа –
программа повышения квалификации**

**400119
ОРГАНИЗАЦИЯ ОРГАНАМИ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РАБОТЫ
СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

описание образовательной программы

Содержание

1. Общая характеристика образовательной программы	3
1.1. Цель реализации программы	3
1.2. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение (категория слушателей)	3
1.3. Перечень нормативных документов, определяющих требования к выпускнику программы	3
1.4. Планируемые результаты обучения.....	3
1.5. Трудоемкость обучения	5
1.6. Форма обучения	5
1.7. Документ, выдаваемый по результатам освоения образовательной программы	5
2. Содержание образовательной программы	6
2.1. Учебный план.....	6
2.2. Календарный учебный график	6
2.3. Содержание разделов образовательной программы	7
3. Организационно-педагогические условия реализации образовательной программы .	8
3.1. Учебно-методическое обеспечение	8
3.1.1. Основная литература	8
3.1.2. Дополнительная литература.....	8
3.1.3. Интернет-ресурсы	8
3.2. Материально-технические условия.....	8
3.3. Кадровое обеспечение	8
4. Оценка качества освоения образовательной программы.....	9
4.1. Формы аттестации	9
4.2. Оценочные материалы для итоговой аттестации	9
4.2.1. Типовые задания для практической части итоговой аттестации	9
4.2.2. Типовые тестовые задания для итоговой аттестации	10
5. Составители программы.....	11

1. Общая характеристика образовательной программы

1.1. Цель реализации программы

Программа курса повышения квалификации имеет непосредственно прикладное значение в профессиональной деятельности сотрудников служб по связям с общественностью органов внутренних дел.

1.2. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение (категория слушателей)

Программа повышения квалификации рассчитана на государственных служащих правоохранительных органов и любых других заинтересованных лиц. Лица, желающие освоить дополнительную профессиональную программу, должны иметь среднее профессиональное или высшее образование.

1.3. Перечень нормативных документов, определяющих требования к выпускнику программы

- Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
 - Федеральный закон Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ «Трудовой кодекс Российской Федерации»;
 - Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
 - Постановление Правительства РФ от 06.05.2008 № 362 «Об утверждении государственных требований к профессиональной переподготовке и повышению квалификации государственных гражданских служащих Российской Федерации»;
 - Постановление Правительства Российской Федерации от 10 июля 2013 г. № 582 «Об утверждении правил размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обновления информации об образовательной организации»;
 - Постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов»;
 - Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 марта 2014 г. № 487-р «Об утверждении комплексного плана мероприятий по разработке профессиональных стандартов, их независимой профессионально-общественной экспертизе и применению на 2014-2016 годы» (п.13, 15);
 - Постановление Минтруда РФ от 21.08.1998 № 37 «Об утверждении Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих»;
- Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью»;
- Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификации в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
 - Устав и локальные нормативные акты ИИТИСУ.

1.4. Планируемые результаты обучения

Программа повышения квалификации рассчитана на совершенствование отдельных **компетенций**, необходимых для профессиональной деятельности, установленных ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

Наименование категории (группы) универсальных (УК) и общепрофессиональных (ОПК) компетенций	Код и наименование компетенций
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Для оценки совершенствования в рамках образовательной программы указанных компетенций устанавливаются следующие индикаторы:

знать: правовые основы деятельности пресс-служб в системе ОВД, особенности отражения средствами массовой информации деятельности органов внутренних дел, функции и направления деятельности пресс-служб правоохранительных органов по освещению работы в СМИ, методы информационного воздействия, понимать базовую общеупотребительную лексику и специальную терминологию.

уметь осуществлять поиск информации, создавать пресс-релизы, организовывать пресс-конференции как главные рабочие инструменты в связях с общественностью, планировать информационные кампании, отбирать к размещению на официальных сайтах обязательной информации.

владеть приемами взаимодействия органов государственной власти со средствами массовой информации, основами профессиональной речевой коммуникации, основными навыками оформления документов.

Связь образовательной программы с профессиональным стандартом

профессиональный стандарт	обобщенная трудовая функция	трудовые функции (компетенции)	соотнесение с компетенциями ФГОС
06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств	В/01.5 Поиск информации по тематике сайта	- Выявление потенциальных источников информации	УК-1
		- Мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок	ОПК-2

массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н	В/02.5 Написание информационных материалов для сайта	Переработка текстов различной тематики (реерайт)	УК-4, ОПК-1
		Написание статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)	УК-4, ОПК-4, ОПК-7
	В/06.5 Нормативный контроль содержания сайта	Проверка на соответствие иным требованиям законодательства и нормативов	УК-2

1.5. Трудоемкость обучения

Нормативная трудоемкость обучения по образовательной программе, включая все виды учебной работы и итоговую аттестацию слушателя, составляет 72 академических часа (две недели).

Режим занятий: 6-8 часов аудиторных занятий, 2-3 дня в неделю.

1.6. Форма обучения

Форма обучения очная.

1.7. Документ, выдаваемый по результатам освоения образовательной программы

Слушателям, выполнившим учебный план и успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации, установленного в ИИТИСУ образца.

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации оценку «неудовлетворительно», а также лицам, освоившим часть Программы и (или) отчисленным в ходе ее освоения, выдается справка об обучении установленного в ИИТИСУ образца.

2. Содержание образовательной программы

2.1. Учебный план

№ п/п	Наименование разделов (модулей)	Общая трудоемкость	в том числе				Формы аттестации	Компетенции
			контактная работа с преподавателем			самостоятельная работа		
			Всего	лекции	Практические (лабораторные) занятия			
1	Особенности отражения деятельности органов внутренних дел в средствах массовой информации	6	2	2		4	промежуточная аттестация не предусмотрена	ОПК-2
2	Пресс-служба правоохранительных органов: функции, направления деятельности, организация взаимодействия со СМИ	6	2	2		4		ОПК-4
3	Информационное воздействие как метод административно-правового регулирования органа государственной власти	6	2	2		4		ОПК-7
4	Взаимодействие сотрудников органов внутренних дел с представителями средств массовой информации	6	2	2		4		УК-1
5	Приемы взаимодействия органов власти со средствами массовой информации (media relations)	10	6	2	4	4		ОПК-1
6	Пресс-релиз и пресс-конференция как главные рабочие инструменты в связях с общественностью	10	6	2	4	4		УК-4
7	Планирование информационной кампании	10	6	2	4	4		УК-2
8	Требования к обязательному размещению информации на официальных сайтах	10	6	2	4	4		УК-2
9	Итоговая аттестация	8	практическое задание и итоговое тестирование					УК-1, 2, 4, ОПК-1, 2, 4, 7
	Итого	72	32	16	16	32		

2.2. Календарный учебный график

№ п/п	Разделы программы	Номер дня обучения											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Особенности отражения деятельности органов внутренних дел в средствах массовой информации	2											
2	Пресс-служба правоохранительных органов: функции, направления деятельности, организация взаимодействия со СМИ	2											
3	Информационное воздействие как метод административно-правового регулирования органа государственной власти	2											
4	Взаимодействие сотрудников органов внутренних дел с представителями средств массовой информации	2											
5	Приемы взаимодействия органов власти со средствами массовой информации (media relations)			6									
6	Пресс-релиз и пресс-конференция как главные рабочие инструменты в связях с общественностью				6								

7	Планирование информационной кампании							6					
8	Требования к обязательному размещению информации на официальных сайтах									6			
9	Итоговая аттестация												X

2.3. Содержание разделов образовательной программы

Тема 1. Особенности отражения деятельности органов внутренних дел в средствах массовой информации. Нормативно-правовая база информационного обеспечения деятельности правоохранительных органов. Концепция правового регулирования и юридического сопровождения деятельности Министерства внутренних дел. Наставление по организации правовой работы МВД. Программы МВД по формированию общественного мнения о деятельности ОВД. Проблема общественной критики ОВД.

Тема 2. Пресс-служба правоохранительных органов: функции, направления деятельности, организация взаимодействия со СМИ. Краткая история пресс-служб в системе МВД. Цели и функции пресс-служб в общественном взаимодействии. Принципы и задачи деятельности пресс-служб. Правовые основы сотрудничества правоохранительных органов и СМИ. Общая характеристика структуры пресс-службы.

Тема 3. Информационное воздействие как метод административно-правового регулирования органа государственной власти. Общая характеристика информационного воздействия. Понятие административно-правового регулирования в информационной сфере, его задачи. Методы административно-правового регулирования.

Тема 4. Взаимодействие сотрудников органов внутренних дел с представителями средств массовой информации. Правовой статус средств массовой информации и их представителей. Общие правила взаимодействия сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации с представителями СМИ. Осуществление гражданами, в том числе представителями СМИ, фото- и видеосъемки сотрудников полиции. Фото- и видеосъемка в зданиях органов внутренних дел.

Тема 5. Приемы взаимодействия органов власти со средствами массовой информации (media relations). Ценность и механизм восприятия информации. Принципы формирования позитивных отношений между СМИ и правоохранительными органами. Продвижение информации и управление ею посредством СМИ. Манипулирование информацией. Приемы формирования общественного мнения. Информационное партнерство со СМИ. Создание и усиление новостей. Специальные информационные операции.

Тема 6. Пресс-релиз и пресс-конференция как главные рабочие инструменты в связях с общественностью. Пресс-релиз. Виды, цели пресс-релиза. Структура пресс-релиза. Общие требования и правила составления. Понятие пресс-конференции. Правила подготовки пресс-конференции. Виды пресс-конференций и порядок их проведения.

Тема 7. Планирование информационной кампании. Определение целей информационной кампании. Этапы организации информационной кампании. Принципы успешной информационной кампании.

Тема 8. Требования к обязательному размещению информации на официальных сайтах. Понятие информационной открытости органов власти. Принципы обеспечения доступа к информации о деятельности органов государственной и муниципальной власти. Способы доступа к информации. Перечень видов информации, обязательный к размещению в сети «Интернет».

Виды самостоятельной работы слушателей

№ темы	Вид самостоятельной работы	Трудоемкость, час.
1	Сбор и изучение материалов по программе повышения квалификации в доступных источниках сети «Интернет» с целью их использования на практических занятиях и итоговой аттестации	32

3. Организационно-педагогические условия реализации образовательной программы

3.1. Учебно-методическое обеспечение

3.1.1. Основная литература

1. Марков, А.А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков — М.: ИНФРА-М, 2014. — 190 с. — Электронный ресурс в открытом доступе. Режим доступа <http://elitalitera.ru/wp-content/uploads/2013/11/A-Markov-sviazi-s-obshchestvennostiu-v-organakh-vlasti.pdf>

2. Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: Учебник для студентов вузов / В.Ф. Кузнецов. — 2-е изд., доп. и перер. — М.: Аспект Пресс, 2007. — 302 с. — Электронный ресурс в открытом доступе. Режим доступа https://www.biznesbooks.com/components/com_jshopping/files/demo_products/kyznecov-svrazi-s-obwestvennostu.pdf

3.1.2. Дополнительная литература

не предусмотрена

3.1.3. Интернет-ресурсы

1. Справочная правовая система «Система ГАРАНТ». — Режим доступа: <http://internet.garant.ru/>.

2. Справочная правовая система «Консультант Плюс». Некоммерческие интернет-версии — Режим доступа <http://www.consultant.ru/online/>

3. Министерство внутренних дел: официальный сайт. — Режим доступа: <https://мвд.рф>

3.2. Материально-технические условия

Наименование специализированных учебных помещений, другие условия	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечение
учебное помещение	лекции, практические занятия, консультирование	а) столы б) стулья в) стол и стул для преподавателя г) ноутбуки

3.3. Кадровое обеспечение

Реализация дополнительной программы профессионального образования обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско-правового договора. Квалификация работников соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. № 1н и профессиональным стандартам.

4. Оценка качества освоения образовательной программы

4.1. Формы аттестации

Освоение образовательной программы завершается итоговой аттестацией (промежуточная аттестация не предусмотрена).

В ходе итоговой аттестации осуществляется оценка сформированности компонентов компетенций, т.е. результатов обучения на основе результативности усвоения содержания образовательной программы.

Обобщенная оценка сформированности компонентного состава компетенций осуществляется на основе:

а) выполнения практического задания по двухмерной шкале оценивания «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценки:

- «зачтено»: выполненное задание не вызывает существенных замечаний, решение логично изложено, обосновано и аргументировано;

- «не зачтено»: представленная работа не соответствует выше предъявленным требованиям.

б) итогового тестирования (11 заданий, формируемых путем случайной выборки) по двухмерной шкале оценивания «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценки тестирования:

- «зачтено»: не менее 60% правильных ответов;

- «не зачтено»: менее 60% правильных ответов.

Положительная итоговая оценка выставляется при условии, что по каждой части аттестации получено «зачтено».

4.2. Оценочные материалы для итоговой аттестации

Полное содержание оценочных средств находится в Фонде оценочных средств, являющимся неотъемлемой частью описания образовательной программы.

4.2.1. Типовые задания для практической части итоговой аттестации

1. Проанализируйте последние новостные выпуски на телеканалах с целью выявления манипулятивных и иных PR-технологий.

2. Проведите мониторинг региональных СМИ на предмет освещения деятельности Вашей организации.

3. Подберите в открытых источниках (желательной в своей организации) пресс-релиз и проанализируйте его с точки зрения соответствия правилам составления. Сделайте выводы. В случае выявления отступлений от требований, составьте правильный вариант этого информационного документа.

4. Проведите анализ официального сайта подразделения ОВД (по Вашему выбору) на соответствие статьям 10 и 13 Федерального закона от 09.02.2009 № 8-ФЗ (по сост. на сегодня) «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», заполнив таблицу. Сделайте выводы о достоверности, полноте и актуальности размещенной информации, удобстве пользования сайтом.

Полное официальное название органа:

Местонахождение:

Руководитель:

Официальный адрес сайта:

Требования	Фактическое отражение информации на сайте	Комментарии
------------	---	-------------

4.2.2. Типовые тестовые задания для итоговой аттестации

Выберите один или несколько правильных вариантов ответа

1. Не является видом PR-материалов для публикации в прессе
 - а) новостной релиз
 - б) пресс-релиз
 - в) стрингер**
 - г) медиа-кит

2. Укажите правильную последовательность этапов информационной кампании
 - а) планирование кампании – определение проблемы – выбор общественных групп – проведение кампании – анализ эффективности кампании
 - б) планирование кампании – анализ эффективности – определение проблемы – выбор общественных групп – проведение кампании
 - в) определение проблемы – планирование кампании – выбор общественных групп – проведение кампании – анализ эффективности кампании**
 - г) анализ эффективности кампании – определение проблемы – выбор общественных групп – планирование кампании – проведение кампании

3. Устойчивый образ организации в представлении групп общественности – это определение
 - а) рекламы
 - б) имиджа**
 - в) PR
 - г) товара

4. Информирование общественности по вопросам изменения пенсионного законодательства является задачей
 - а) политического PR
 - б) бизнес-PR
 - в) государственного PR**
 - г) социального PR

5. Одной из задач государственного PR является:
 - а) обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти**
 - б) обеспечение населения регулярной информацией о чрезвычайных происшествиях
 - в) обеспечение населения регулярной информацией о жизни соотечественников в дальнем зарубежье
 - г) обеспечение населения регулярной информацией о политической жизни страны

5. Составители программы

Саечников Владислав Сергеевич, к.и.н., доцент (темы 1-4, итоговая аттестация)

Кочетков Павел Николаевич, к. филолог. наук (темы 5-8, итоговая аттестация)

**Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Институт информационных технологий и инновационных систем управления»
(ИИТИСУ)**

УТВЕРЖДАЮ

Директор _____ А.Н. Годухин

«__» _____ 20 __ года

**дополнительная профессиональная образовательная программа –
программа повышения квалификации**

**400119
ОРГАНИЗАЦИЯ ОРГАНАМИ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РАБОТЫ
СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

фонд оценочных средств

Паспорт фонда оценочных средств

Перечень компетенций, подлежащих аттестации

Наименование категории (группы) универсальных (УК) и общепрофессиональных (ОПК) компетенций	Код и наименование компетенций
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Соотнесение тем образовательной программы с аттестуемыми компетенциями

№ п/п	Наименование разделов (модулей)	Код компетенции	Название оценочного средства
1	Особенности отражения деятельности органов внутренних дел в средствах массовой информации	ОПК-2	тест
2	Пресс-служба правоохранительных органов: функции, направления деятельности, организация взаимодействия со СМИ	ОПК-4	тест
3	Информационное воздействие как метод административно-правового регулирования органа государственной власти	ОПК-7	тест
4	Взаимодействие сотрудников органов внутренних дел с представителями средств массовой информации	УК-1	тест
5	Приемы взаимодействия органов власти со средствами массовой информации (media relations)	ОПК-1	тест, практическое задание
6	Пресс-релиз и пресс-конференция как главные рабочие инструменты в связях с общественностью	УК-4	тест, практическое задание
7	Планирование информационной кампании	УК-2	тест, практическое задание
8	Требования к обязательному размещению информации на официальных сайтах	УК-2	тест, практическое задание

Критерии оценивания

В ходе итоговой аттестации осуществляется оценка сформированности компонентов компетенций, т.е. результатов обучения на основе результативности усвоения содержания образовательной программы.

Обобщенная оценка сформированности компонентного состава компетенций осуществляется на основе:

а) выполнения практического задания по двухмерной шкале оценивания «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценки:

- «зачтено»: выполненное задание не вызывает существенных замечаний, решение логично изложено, обосновано и аргументировано;

- «не зачтено»: представленная работа не соответствует выше предъявленным требованиям.

б) итогового тестирования (11 заданий, формируемых путем случайной выборки) по двухмерной шкале оценивания «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценки тестирования:

- «зачтено»: не менее 60% правильных ответов;

- «не зачтено»: менее 60% правильных ответов.

Положительная итоговая оценка выставляется при условии, что по каждой части аттестации получено «зачтено».

Блок 1. Выполнение тестовых заданий

1. Не является видом PR-материалов для публикации в прессе

а) новостной релиз

б) пресс-релиз

в) стрингер

г) медиа-кит

2. Укажите правильную последовательность этапов информационной кампании

а) планирование кампании – определение проблемы – выбор общественных групп – проведение кампании – анализ эффективности кампании

б) планирование кампании – анализ эффективности – определение проблемы – выбор общественных групп – проведение кампании

в) определение проблемы – планирование кампании – выбор общественных групп – проведение кампании – анализ эффективности кампании

г) анализ эффективности кампании – определение проблемы – выбор общественных групп – планирование кампании – проведение кампании

3. Устойчивый образ организации в представлении групп общественности – это определение

а) рекламы

б) имиджа

в) PR

г) товара

4. Информирование общественности по вопросам изменения пенсионного законодательства является задачей

а) политического PR

б) бизнес-PR

в) государственного PR

г) социального PR

5. Одной из задач государственного PR является:

а) обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти

б) обеспечение населения регулярной информацией о чрезвычайных происшествиях

в) обеспечение населения регулярной информацией о жизни соотечественников в дальнем зарубежье

г) обеспечение населения регулярной информацией о политической жизни страны

6. Информационный повод пресс-конференции должен быть интересным и привлекательным прежде всего для

а) слушателей

б) журналистов

в) органов власти

г) специалистов

7. Прямое отношения к пресс-конференции не имеет

а) пресс-папье

б) пресс-секретарь

в) пресс-кит

г) пресс-релиз

8. Хрестоматийным примером организации специальных событий стал проект Бернайза по проведению юбилея изобретателя Эдиссона. Целью PR-проекта было

а) привлечение внимания общественности к необходимости улучшения качества электрооборудования

б) улучшение имиджа компании «Дженерал Электрик», используя юбилей ученого-электрика

в) проведение сбора пожертвований в пользу Эдиссона

г) создание музея Эдиссона

9. Одна из письменных форм информирования СМИ о деятельности организации

а) репортаж

б) пресс-релиз

в) интервью

г) все варианты ответов правильные

10. Посредством пресс-релизов обычно распространяют

а) аналитические материалы

б) коммерческую информацию

в) новости

г) все варианты ответов правильные

11. Главное требование к пресс-релизу

а) наличие заголовка

б) наличие общественно-значимого факта

в) наличие аналитики

г) наличие коммерческой информации

Блок 2. Выполнение практического задания

1. Проанализируйте последние новостные выпуски на телеканалах с целью выявления манипулятивных и иных PR-технологий.

2. Проведите мониторинг региональных СМИ на предмет освещения деятельности Вашей организации.

3. Подберите в открытых источниках (желательной в своей организации) пресс-релиз и проанализируйте его с точки зрения соответствия правилам составления. Сделайте выводы. В случае выявления отступлений от требований, составьте правильный вариант этого информационного документа.

4. Разработка концепции информационной кампании, сопровождающей неоднозначные решения

Этапы работы

1. Описание неоднозначных решений государственного органа (например, обязанность граждан всегда при себе иметь удостоверение личности, запрет курения в общественных местах – парках, остановках и т.п.).

2. Разработка стратегии информационной кампании, ее развернутое обоснование.

Таблица 1

Основные этапы разработки информационной кампании

№	Этап информационной кампании	Содержание этапа, основные действия
1	Анализ обстановки, проведение необходимых исследований, постановка основной задачи кампании	1. Определите предполагаемые сроки кампании, ее ресурсы, а также согласуйте структуру информационной кампании с презентацией решений государственного органа. 2. Проведите анализ общей политической или деловой ситуации вокруг предполагаемых антикризисных политических решений, определите состояние общественного мнения внутри страны и за рубежом по поводу предполагаемых решений, проведите контент-анализ СМИ за последний период времени
2.	Разработка программы действий, отбор каналов массовых коммуникаций, выбор техник воздействия, планирование бюджета	1. Выберите конкретные каналы СМИ, обладающие ключевым влиянием в области предполагаемых решений. 2. Проработайте вопрос о публикации предполагаемых докладов и выступлений политиков и общественных деятелей. 3. Запланируйте сюжеты информационных вестей, определите необходимую частоту упоминания в СМИ данной темы. 4. Определите порядок аккредитации журналистов на пресс-конференции представителя государственного органа. 5. Выберите техники воздействия на общественное мнение
3.	Осуществление намеченной программы, раскрутка темы	1. Оптимальный срок раскрутки темы – от одного до двух месяцев. 2. В период презентации в СМИ неоднозначных решений проведите информационную атаку, особенно в новостной информации. Особое внимание при этом следует привлекать к подаче эксклюзивной информации с места проведения пресс-конференции, а также к заявлениям политиков и общественных деятелей. 3. Используйте эффективные приемы дробления темы на «яркие осколки» и «острые фрагменты», утечку эксклюзивной информации, проведение темы сквозь несколько циклов вращения, чтобы ее подхватили различные СМИ
4.	Информационное прикрытие, оценка результатов кампании, основные выводы	1. Постарайтесь раньше оппонентов осветить в СМИ позитивные стороны неоднозначных решений, устраивающие общественность. Это позволит вам продемонстрировать успех акции. 2. Обеспечьте информационное прикрытие после завершения информационной кампании. Задача информационного прикрытия состоит в том, чтобы затянувшиеся дискуссии вокруг темы антикризисных решений не повернули острие кампании против самих инициаторов (создав эффект бумеранга). Для этого делайте акцент на нейтральных сюжетах, старайтесь убрать полемику из информационных сообщений. 3. В заключение кампании важно подвести ее итоги. Нужно выяснить, удалось ли вам реально достичь поставленных целей, какие были допущены ошибки,

		как их можно исправить. Помните, что в этом – залог успеха будущих информационных кампаний.
--	--	---

Таблица 2

Информационные технологии, позволяющие влиять на общественное мнение

Тип информационных технологий	Содержание технологий
Завышение информационного повода	Теме придается неоправданно высокий уровень сенсационности
Сладкий контекст	Публикуется серия репортажей, напрямую не связанных с фактом предстоящих решений государственного органа, но с разных сторон подающих будущую тему как общественно актуальную
Глас народа	Действует принцип «глас народа – глас Божий»
Закладывание шашек	Проводятся публикации на смежные темы, которые затрагивают отдельные аспекты предстоящих дискуссий в нужном ракурсе, чтобы позже они «сдетонировали» вместе с темой неоднозначных решений
Анимация (оживление)	Попытка взглянуть на политиков как на яркие личности, подчеркнув в них «человеческое, слишком человеческое» (Ф. Ницше)
Канонизация фокус-группы	Освещение мнений специально созданной группы респондентов
Кластеризация (членение)	Дробление темы на яркие значимые осколки, которые можно обсуждать отдельно, каждый раз обращаясь к новому социальному слою общества
Канонизация соцопроса	Ссылка на «правильно» проведенный социологический опрос
Фальшивая утечка	Ссылка на хорошо информированные анонимные источники
Пластиковый эксперт («говорящая голова»)	Публикация авторитетного мнения влиятельного политика или иного общественного деятеля
Наш человек в толпе	Интервью со «случайными» прохожими на улице
Искусственный спутник	Любая знаменитость в фокусе обсуждаемых проблем

Методические рекомендации

1. При постановке ситуации задаются изменения параметров общественного мнения во время кризиса по шкале позитивных и негативных изменений.

2. Во время разработки кампании выбираются только такие решения, которые способны снизить негативные общественные настроения при принятии неоднозначных решений государственным органом.

3. Условия согласования решений во время дискуссии с общественностью: каждое решение должно быть одобрено тремя группами общественности, лишь одно решение может быть резервом государственного органа. Оно принимается без одобрения и только в последний момент: в этом выражается приоритет государства в управлении.

4. Предлагаемые решения фиксируются в программе. Их анализ является импульсом для борьбы мнений, поиска согласия, получения итогового набора решений.

5. По принятому варианту решений заново оценивается ситуация и определяется поведение в этой ситуации.

5. Проведите анализ официального сайта подразделения ОВД (по Вашему выбору) на соответствие статьям 10 и 13 Федерального закона от 09.02.2009 № 8-ФЗ (по сост. на сегодня) «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», заполнив таблицу (во второй и третьей колонках представлены **примеры** заполнения).

Сделайте выводы о достоверности, полноте и актуальности размещенной информации, удобстве пользования сайтом.

Полное официальное название органа:

Местонахождение:

Руководитель:

Официальный адрес сайта:

Условное обозначение: => - переход по ссылке (из одного раздела в другой)

Требования	Фактическое отражение информации на сайте	Комментарии
1) общая информация о государственном органе, в том числе:		
а) - наименование и структура органа,	- содержится в разделе О МУНИЦИПАЛИТЕТЕ => СТРУКТУРА	информация представлена полностью
- почтовый адрес,		
- адрес электронной почты (при наличии),		
- номера телефонов справочных служб		
б) сведения о - полномочиях органа, - задачах и функциях структурных подразделений, - перечень законов и иных нормативных правовых актов, определяющих эти полномочия, задачи и функции		документы перечислены в хронологическом порядке принятия актов без логического структурирования
в) - перечень территориальных органов и представительств органа за рубежом (при наличии),		
- сведения об их задачах и функциях,		
- их почтовые адреса, адреса электронной почты (при наличии), номера телефонов справочных служб		
г) - перечень подведомственных организаций (при наличии),	размещены на отдельных сайтах, переход по ссылкам	
- сведения об их задачах и функциях, - их почтовые адреса, адреса электронной почты (при наличии), номера телефонов справочных служб		
д) сведения о - руководителях органа, его структурных подразделений, территориальных органов и представительств за рубежом (при наличии), - руководителях подведомственных организаций (фамилии, имена, отчества, а также при согласии указанных лиц иные сведения о них)		
е) перечни информационных систем, банков данных, реестров, регистров, находящихся в ведении органа, подведомственных организаций		дана общая информация, для получения более подробных сведений – необходимо перейти по ссылке
ж) сведения о средствах массовой информации, учрежденных органом (при наличии)	- газета «Муниципальные новости» размещена в разделе ПРЕСС-СЛУЖБА => МУНИЦИПАЛЬНЫЕ НОВОСТИ	представлен в электронном виде, последний выпуск за 2016 год; сведения об издании размещены в выпусках газеты; кроме того на главной странице сайта размещены последние новости и анонсы, связанные с деятельностью государственного органа, функционирует специальный раздел ПРЕСС-СЛУЖБА
2) информация о нормотворческой деятельности государственного органа, в том числе:		
а) - нормативные правовые акты, изданные		документы структурированы по позициям, перечисленным в

органом, - сведения о внесении в них изменений, - сведения о признании их утратившими силу, признании их судом недействующими, - сведения о государственной регистрации нормативных правовых актов в случаях, установленных законодательством Российской Федерации		столбце 1 данной таблицы, но внутри расположены лишь в хронологическом порядке без внутренней тематической рубрикации
б) тексты проектов законодательных и иных нормативных правовых актов, внесенных в Государственную Думу	отсутствуют	муниципалитеты не обладают самостоятельной законодательной инициативой
в) информация о закупках товаров, работ, услуг для обеспечения государственных нужд в соответствии с законодательством о контрактной системе в сфере закупок для обеспечения государственных нужд		информация размещена также на отдельных сайтах подведомственных организаций
г) административные регламенты, стандарты государственных услуг		
д) установленные формы обращений, заявлений и иных документов, принимаемых государственным органом, его территориальными органами к рассмотрению в соответствии с законами и иными нормативными правовыми актами		
е) порядок обжалования нормативных правовых актов и иных решений, принятых государственным органом, его территориальными органами		
3) информация об участии государственного органа		
- в целевых и иных программах,		
- международном сотрудничестве,		
- о мероприятиях, проводимых государственным органом,		
- в том числе сведения об официальных визитах и о рабочих поездках руководителей и официальных делегаций		
4) информация о		
- состоянии защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций		
- принятых мерах по обеспечению их безопасности,		
- о прогнозируемых и возникших чрезвычайных ситуациях,		
- о приемах и способах защиты населения от них,		
- иная информация, подлежащая доведению государственным органом до сведения граждан и организаций в соответствии с федеральными законами		
5) информация		
- о результатах проверок, проведенных государственным органом, его территориальными органами, подведомственными организациями в пределах их полномочий,		
- о результатах проверок, проведенных в государственном органе, его территориальных органах		
6) тексты официальных выступлений и заявлений руководителей и заместителей		

руководителей государственного органа, его территориальных органов		
7) статистическая информация о деятельности государственного органа, в том числе:		
а) статистические данные и показатели, характеризующие состояние и динамику развития экономической, социальной и иных сфер жизнедеятельности, регулирование которых отнесено к полномочиям государственного органа б) сведения об использовании государственным органом, его территориальными органами, подведомственными организациями выделяемых бюджетных средств в) сведения о предоставленных организациям и индивидуальным предпринимателям льготах, отсрочках, рассрочках, о списании задолженности по платежам в бюджеты		
8) информация о кадровом обеспечении государственного органа, в том числе:		
а) порядок поступления граждан на государственную службу		
б) сведения о вакантных должностях государственной службы, имеющихся в государственном органе, его территориальных органах		
в) квалификационные требования к кандидатам на замещение вакантных должностей государственной службы		
г) условия и результаты конкурсов на замещение вакантных должностей государственной службы		
д) номера телефонов, по которым можно получить информацию по вопросу замещения вакантных должностей в государственном органе, его территориальных органах		
е) перечень образовательных учреждений, подведомственных государственному органу, с указанием почтовых адресов образовательных учреждений, а также номеров телефонов, по которым можно получить информацию справочного характера об этих образовательных учреждениях		
9) информация о работе государственного органа с обращениями граждан (физических лиц), организаций (юридических лиц), общественных объединений, государственных органов, органов местного самоуправления, в том числе:		
а) порядок и время приема, порядок рассмотрения их обращений с указанием актов, регулирующих эту деятельность		
б) фамилия, имя и отчество руководителя подразделения или иного должностного лица, к полномочиям которых отнесены организация приема лиц, указанных в подпункте «а», обеспечение рассмотрения их обращений, а также номер телефона, по которому можно получить информацию справочного характера		
в) обзоры обращений лиц, указанных в подпункте «а», а также обобщенная информация о результатах рассмотрения		

этих обращений и принятых мерах		
2. Государственные органы наряду с информацией, указанной в ч. 1 ст. 13, могут размещать в сети «Интернет» иную информацию о своей деятельности с учетом требований Федерального закона.		

ВЫВОДЫ

Составители фонда оценочных средств:

Сасечников Владислав Сергеевич, к.и.н., доцент

Кочетков Павел Николаевич, к. филолог. наук