

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 18.06.2025 08:48:34
Уникальный идентификатор документа:
e3a68f3eaa1e62674b8cf4998099d3d665d1ff876

**Оценочный материал для промежуточной аттестации по дисциплине
«Связи с общественностью в управленческой деятельности»**

Квалификация выпускника	бакалавр
Направление подготовки	38.03.04 Государственное и муниципальное управление
Направленность (профиль)	Управление и аналитика в государственном и муниципальном секторе <i>наименование</i>
Форма обучения	очная
Кафедра разработчик	Государственного и муниципального управления и управления персоналом <i>наименование</i>
Выпускающая кафедра	Государственного и муниципального управления и управления персоналом <i>наименование</i>

Типовые задания для контрольной работы

Вариант 1.

1. Специфика публичных выступлений представителей власти.
2. Подготовьте краткое публичное выступление представителя администрации города на праздновании дня города.

Вариант 2.

1. Пресс-релиз: понятие, правила написания.
2. Подготовьте пресс-релиз по поводу проведения администрацией городского округа конкурса по праздничному оформлению города.

Вариант 3.

1. Презентация как специальное мероприятие в связях с общественностью.
2. Составьте план подготовки и проведения презентации многофункционального центра предоставления государственных и муниципальных услуг.

Вариант 4.

1. Медиа-кит: понятие, правила составления.
2. Подготовьте перечень материалов, которые должны войти в медиа-кит для готовящейся презентации многофункционального центра предоставления государственных и муниципальных услуг.

Вариант 5.

1. Новостные статьи в связях с общественностью.
2. Подготовьте краткую новостную статью по поводу проведенной главой города серии встреч с населением.

Вариант 6

1. Подготовка программ в связях с общественностью.
2. Разработайте программу проведения администрацией городского округа конкурса по праздничному оформлению города.

Вариант 7.

1. Биография как PR-документ.
2. Подготовьте для СМИ биографию политического деятеля.

Вариант 8.

1. Брендинг в связях с общественностью.
2. Разработайте бренд для общественной организации или политической партии.

Вариант 9.

1. Понятие имиджа органа власти.
2. Разработайте ряд мероприятий для изменения сложившегося имиджа органа власти.

Вариант 10.

1. PR-деятельность в период избирательных кампаний.
2. Разработайте предвыборную программу для одной из политических партий.

Вариант 11.

1. Аудитории в связях с общественностью.
2. Разработайте обращение главы города, рассчитанное на определенную целевую аудиторию.

Вариант 12.

1. Паблицити в связях с общественностью.
2. Разработайте ряд мероприятий для формирования положительной известности органа власти или общественной структуры.

Вариант 13.

1. Виды коммуникаций в органах власти.
2. Выберите определённый вид СМИ и разработайте для него сообщение, направленное на поддержание имиджа политического деятеля.

Вариант 14.

1. PR в сфере политики.
2. Разработайте варианты применения PR-технологий для формирования положительного имиджа кандидата в депутаты городской Думы.

Вариант 15.

1. Целевые и ключевые аудитории в связях с общественностью.
2. Сформируйте целевые и ключевые аудитории для организации общегородского субботника и определите способы воздействия на них.

Вариант 16.

1. PR деятельность в период массовых политических кампаний.
2. Разработайте варианты использования PR-технологий, применяемых в предвыборной борьбе.

Вариант 17.

1. Эффективность PR-деятельности органов местного самоуправления.
2. Разработайте мероприятие, направленное на улучшение имиджа муниципального образования, и оцените его эффективность.

Вариант 18.

1. Взаимодействие органов власти с общественностью.
2. Подготовьте краткое публичное выступление представителя администрации города перед членами общественных организаций.

Вариант 19.

1. Реализация избирательных PR-технологий.
2. Подготовьте краткую новостную статью по поводу предстоящих выборов.

Вариант 20.

1. Прикладные направления PR.
2. Разработайте статью для СМИ с целью сохранения репутации политического деятеля в кризисных условиях.

Вариант 21.

1. Лидеры общественного мнения как одна из аудиторий в PR-деятельности.
2. Сформируйте категорию лидеров общественного мнения для организации митинга.

Вариант 22.

1. Специальные события в связях с общественностью.
2. Разработайте план проведения специального события в органах власти.

Вариант 23.

1. Общественное мнение.
2. Разработайте шаги по изменению негативного общественного мнения, сложившегося в отношении экологической деятельности администрации города.

Вариант 24.

1. Информационно-аналитическая работа в органах местного самоуправления по выявлению общественного мнения.
2. Разработайте анкету (опросный лист) для выявления мнения горожан о деятельности местной администрации.

Вариант 25.

1. Политическая реклама.
2. Разработайте сценарий ролика для предвыборной кампании одного из кандидатов в депутаты Думы.

Вариант 26.

1. Роль кодекса профессиональной этики в формировании положительного имиджа государственного (муниципального) служащего.
2. Проанализируйте этический кодекс государственного (муниципального) служащего и внесите в него изменения.

Вариант 27

1. Основные теории массовых коммуникаций и их применение в PR-деятельности органов власти.
2. Определите каналы коммуникации для повышения процента явки избирателей на избирательные участки в день голосования.

Вариант 28

1. Антикризисный PR.
2. Разработайте методику действий в условиях появления в прессе нескольких негативных статей, направленных против политического деятеля.

Вариант 29

1. Приемы и методы создания имиджа.
2. Разработайте ряд мероприятий для формирования положительного имиджа общественного или политического деятеля.

Вариант 30

1. Управление репутацией в связях с общественностью.
2. Разработайте мероприятия для сохранения репутации политика в кризисных условиях.

Типовые вопросы к зачету

1. Возникновение и развитие связей с общественностью
2. Современное понятие связей с общественностью.
3. Цели и задачи установления связей с общественностью.
4. Нормативная (законодательная) база в связях с общественностью.
5. Имидж и репутация как факторы воздействия на общественные отношения.
6. Паблисити в системе общественных отношений.
7. Бренд и брендинг.
8. Реклама в связях с общественностью.
9. Задачи института связей с общественностью в органах власти.
10. Необходимость осуществления связей с общественностью в органах власти.
11. Цели деятельности института связей с общественностью в органах власти.
12. Особенности связей с общественностью в сфере государственного управления.
13. Основные принципы установления связей с общественностью в органах государственной власти.
14. Функции связей с общественностью в системе органов государственной власти и местного самоуправления.
15. Информационная политика в современном обществе.
16. Информационное сопровождение деятельности органов государственной власти и местного самоуправления.
17. Информационно-аналитическая работа в государственных и муниципальных структурах по связям с общественностью.
18. Нормативная база взаимодействия PR-служб со СМИ.
19. Коммуникации в связях с общественностью.
20. Использование СМИ в связях с общественностью.
21. Мероприятия, направленные на установление отношений органов власти со СМИ.
22. Виды и классификация PR-технологий.
23. Применение PR-технологий в политике и государственном управлении.
24. Антикризисный PR в органах государственной власти и местного самоуправления.
25. Формирование общественного мнения.
26. Методы анализа общественного мнения.
27. Агитация и пропаганда в системе влияния на общественное мнение.
28. Влияние PR-деятельности на формирование и изменение общественного мнения.
29. Основные направления деятельности служб по связям с общественностью в органах государственной власти и управления.
30. Стратегическое планирование и аналитическая деятельность служб по связям с общественностью.
31. Организация и проведение специальных мероприятий в органах власти.
32. Основные направления внешнекорпоративной деятельности по связям с общественностью в органах государственной власти.
33. Обоснование необходимости взаимодействия власти и институтов гражданского общества в современных теориях управления.
34. Целевые аудитории в системе связей с общественностью.

35. Деятельность служб по связям с общественностью в органах власти по установлению взаимодействия с общественными организациями и объединениями.
36. Внутрикorporативная деятельность по связям с общественностью в органах государственной власти.
37. Организация PR-проектов в органах государственной власти и местного самоуправления.
38. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления.
39. Структура и функции PR-служб в органах местного самоуправления.
40. Основные виды деятельности по установлению связей с общественностью в органах местного самоуправления.
41. Кодексы профессиональной этики и их роль в формировании имиджа государственного и муниципального служащего.
42. Эффективность PR-деятельности органов государственной власти и местного самоуправления.