

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 10.09.2026 22:18:57
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

К.М.01.ДЭ.02.03.01

Коммуникационные стратегии и медиа в публичной сфере
(наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.04 Государственное и муниципальное управление
Лидеры Регионов. Санкт-Петербург
(код, наименование направления подготовки/специальности)

очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора 2026

Санкт-Петербург

Авторы-составители РПД:

Иванова Дарья Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и предпринимательства

Змияк Сергей Сергеевич, доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономической теории и предпринимательства

Заведующий кафедрой:

Змияк Сергей Сергеевич, доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономической теории и предпринимательства

Рабочая программа дисциплины *Коммуникационные стратегии и медиа в публичной сфере* одобрена на заседании кафедры экономической теории и предпринимательства Южно-Российского института управления

протокол № 8 от «19» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина *Коммуникационные стратегии и медиа в публичной сфере* обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

Код компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
ПК-8	Способен организовывать разработку и реализацию государственных и муниципальных программ и проектов	ПК-8.5	Проектирует и реализует комплексные решения в сфере государственного и муниципального управления на основе современных управленческих технологий	ПК-8.5 У-1. Умеет применять технологии оптимизации управления
				ПК-8.5 У-2. Умеет разрабатывать проектные и коммуникационные решения
				ПК-8.5 У-3. Умеет организовать взаимодействие со стейкхолдерами

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «*Коммуникационные стратегии и медиа в публичной сфере*» входит в блок профессиональные треки комплексного модуля

Общий объем дисциплины:

3,00 з.е., 108 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 48 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 16 ак.час на лекции и 32 ак.час на практические занятия. 56 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Коммуникационные стратегии и медиа в публичной сфере реализуется на 5-м семестре 3-го курса.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов		Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
		ВС ЕГ О	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения					Период промежуточной аттестации (сессия)							
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Теоретико-методологические основания коммуникационных процессов в публичной сфере		2			4							6	Т, О	
Тема 2	Структурно-функциональная архитектура		2			4							6	Т,О	

	медиасреды публичной сферы													
Тема 3	Методология стратегического проектирования коммуникационной деятельности		2			4							6	T,O
Тема 4	Проектирование и контент-стратегирование: методы смыслового конструирования сообщений в публичных коммуникациях		2			4							6	T,K,O
Тема 5	Институциональная специфика коммуникационных практик в системе публичного управления и гражданского общества		2			4							6	T,O
Тема 6	Управление репутационными рисками и технологиями антикризисной коммуникации в условиях		2			4							6	T,K,O

	неопределённость и публичной среды												
Тема 7	Методологические подходы к мониторингу, верификации и оценке результативности и коммуникационной деятельности: метрики, индикаторы, аналитические модели		2			4						6	T,K,O
Тема 8	Регулятивы и векторы развития публичных коммуникаций: нормативно-правовые, этические и технологические императивы		2			4						14	T,O
Промежуточная аттестация									4				
Итого			16			32						56	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретико-методологические основания коммуникационных процессов в публичной сфере: концептуальные модели и категориальный аппарат

Трансформация модели публичной сферы в условиях цифровой гибридизации; риски легитимности власти. Дихотомия транзакционного управления и трансформационного лидерства в государственных проектах. Критерии сегментации стейкхолдеров; построение матрицы влияния/заинтересованности. Механизмы вовлечения команды через внутреннюю мотивацию; альтернатива административным методам. Типология коммуникационных шумов в системе «власть–общество»; алгоритмы минимизации барьеров. Поведенческие индикаторы формирования институционального доверия в кризисные периоды. Диагностика проявления лидерства в команде/проекте в рамках студенческого коммуникационного проекта.

Тема 2. Структурно-функциональная архитектура медиасреды публичной сферы: типология, конвергенция и институциональная динамика каналов коммуникации

Воздействие алгоритмических лент на формирование общественной повестки. Критерии выбора медиаканалов для социальных кампаний. Этические и правовые ограничения персонализации коммуникации в госсекторе. Обеспечение целостности пользовательского опыта в омниканальных стратегиях. Критерии отбора инфлюенсеров для минимизации репутационных рисков публичных структур. Адаптация архитектуры сообщений под клиповость и видеоцентричность современного контента. Скорость реакции организации на новые коммуникационные платформы как фактор релевантности.

Тема 3. Методология стратегического проектирования коммуникационной деятельности

Логико-структурный подход в проектировании коммуникационных вмешательств. Методологические ошибки подмены целей коммуникации показателями активности. Методы прогнозирования коммуникационных рисков на этапе планирования. Баланс амбициозности целей и ресурсного обеспечения. Механизмы обратной связи для оперативной корректировки стратегии в реальном времени. Проявление настойчивости и целеустремленности в процессе защиты стратегического плана.

Тема 4. Проектирование и контент-стратегирование: методы смыслового конструирования сообщений в публичных коммуникациях

Применение принципов влияния Р. Чалдини в этике государственной службы. Роль сторителлинга в мобилизации общественной поддержки инициатив. Риторические фигуры и приемы нейтрализации агрессивной

риторики в публичных дебатах. Методологическая граница между легитимным убеждением и манипуляцией сознанием. Стратегии взаимодействия с оппозиционными группами интересов. Построение сети стратегических партнерств для усиления влияния публичного проекта. Обеспечение синергетического эффекта в кросс-функциональной команде над единым сообщением. Качественные критерии оценки коммуникативного воздействия.

Тема 5. Институциональная специфика коммуникационных практик в системе публичного управления и гражданского общества

Сравнительный анализ коммуникационных практик органов власти и НКО: цели, ресурсы, подотчетность. Специфика GR-взаимодействия и лоббистских практик в современном нормативном поле. Инструменты социального маркетинга в государственных программах. Регламентация взаимодействия с общественными советами и институтами гражданского общества. Баланс прозрачности деятельности власти и защиты конфиденциальной информации. Влияние законодательных ограничений (ФЗ о СМИ, о персональных данных) на архитектуру стратегии. Практики вовлечения граждан в принятие управленческих решений на муниципальном уровне. Оценка эффективности коммуникаций госсектора через призму метакомпетенции «Социальная направленность».

Тема 6. Управление репутационными рисками и технологиями антикризисной коммуникации в условиях неопределённости публичной среды

Классификации кризисных ситуаций для разработки превентивных планов коммуникации. Роль стрессоустойчивости и самоконтроля спикера в нейтрализации негативной реакции общества. Баланс оперативности и верификации данных в кризисной коммуникации. Организационные механизмы обеспечения консистентности сообщений ведомства в условиях кризиса. Коммуникационные шаги реставрации репутационного капитала в посткризисный период. Проявление лидерских качеств при принятии непопулярных решений в условиях дефицита ресурсов.

Тема 7. Методологические подходы к мониторингу, верификации и оценке результативности коммуникационной деятельности: метрики, индикаторы, аналитические модели

Разграничение понятий оценки результатов, эффектов и воздействий. Подбор релевантных количественных и качественных критериев эффективности для оценки деятельности пресс-службы. Трансформация интуитивных решений в управленческие решения на основе данных. Параметры анализа тональности и цитируемости для формирования аналитической записки. Обоснование выбора между количественными опросами и качественными методами оценки эффективности. Исключение

когнитивных искажений при интерпретации статистических данных медиа-аналитики. Структура аналитического отчета как инструмент принятия управленческих решений. Использование результатов оценки эффективности для формирования индивидуальных планов развития.

Тема 8. Регулятивы и векторы развития публичных коммуникаций: нормативно-правовые, этические и технологические императивы

Влияние законодательных ограничений на архитектуру коммуникационной стратегии публичного субъекта. Разрешение дилеммы «прозрачность деятельности - защита конфиденциальности» в публичной коммуникации. Этические риски использования генеративных нейросетей в создании контента для госсектора. Прогнозирование изменения профиля компетенций специалиста в горизонте 5 - 10 лет. Отражение метакомпетенции «Социальная направленность» в содержании государственных коммуникационных кампаний. Критерии экспертизы итоговых студенческих стратегий: реализуемость, эффективность, инновационность. Рефлексия динамики развития ключевых метакомпетенций по итогам освоения курса. Планирование карьерной траектории в системе публичного управления на основе модели ключевых компетенций.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Коммуникационные стратегии и медиа в публичной сфере входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых

каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

правильных ответов из нескольких вариантов предложенных		2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционн ой системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины *Коммуникационные стратегии и медиа в публичной сфере* используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

тестирование, кейсы и открытые вопросы

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Теоретико-методологические основания коммуникационных процессов в публичной сфере: концептуальные модели и категориальный аппарат

1. Какая классическая концепция лежит в основе современного понимания публичной сферы как пространства для рациональной дискуссии?

- а) Теория элит
- б) Концепция Ю. Хабермаса

- в) Теория массового общества
- г) Агенда-сеттинг

2. Какой тип лидерства в модели РС ОПВ предполагает способность «заражать видением» и вести за собой без опоры на формальные полномочия?

- а) Транзакционное лидерство
- б) Трансформационное лидерство
- в) Ситуационное лидерство
- г) Бюрократическое лидерство

3. Что является основным критерием при построении матрицы влияния/заинтересованности стейкхолдеров?

- а) Финансовые ресурсы стейкхолдера
- б) Уровень лояльности к организации
- в) Способность влиять на решение и степень заинтересованности
- г) Медийная активность стейкхолдера

4. Какая метакомпетенция модели РС ОПВ наиболее критична для формирования институционального доверия в кризисные периоды?

- а) Экспертно-аналитическая компетентность
- б) Коммуникация и влияние
- в) Управление собой
- г) Готовность к изменениям

5. Что понимается под «коммуникационными шумами» в системе «власть—общество»?

- а) Технические помехи в каналах связи
- б) Искажения смысла сообщения при передаче и восприятии
- в) Отсутствие обратной связи от аудитории
- г) Низкий бюджет коммуникационной кампании

6. Какой уровень проявления метакомпетенции «Лидерство» ожидается от студентов бакалавриата в рамках проектной деятельности?

- а) Стратегическое лидерство
- б) Лидерство в команде/проекте
- в) Вовлекающее лидерство в мета-команде
- г) Политическое лидерство

Открытые вопросы:

- 7. Проанализируйте трансформацию классической модели публичной сферы Ю. Хабермаса в условиях цифровой гибридизации медиапространства и оцените риски для легитимности публичной власти.

8. Определите методологическое различие между транзакционным управлением и трансформационным лидерством в контексте реализации государственных коммуникационных проектов.
9. Идентифицируйте поведенческие индикаторы, являющиеся ключевыми маркерами формирования институционального доверия в кризисные периоды.
10. Диагностируйте проявление метакомпетенции «Лидерство в команде/проекте» в процессе реализации студенческого коммуникационного проекта.

Тема 2. Структурно-функциональная архитектура медиасреды публичной сферы: типология, конвергенция и институциональная динамика каналов коммуникации

1. Что понимается под медиаконвергенцией в современном медиапространстве?
 - а) Слияние технологий, платформ и контентных форматов
 - б) Увеличение количества традиционных СМИ
 - в) Полный отказ от цифровых каналов в пользу офлайна
 - г) Централизация управления медиахолдингами
2. Какой риск для органов власти несет алгоритмическая формировка ленты новостей в социальных сетях?
 - а) Увеличение охватов бесплатных публикаций
 - б) Формирование «пузырей фильтров» и искажение повестки
 - в) Упрощение модерации контента
 - г) Снижение затрат на медиапланирование
3. Что является ключевым этическим ограничением при использовании больших данных для персонализации коммуникации в госсекторе?
 - а) Стоимость хранения данных
 - б) Защита персональных данных и согласие субъекта
 - в) Технические возможности серверов
 - г) Скорость обработки запросов
4. Что подразумевает целостность пользовательского опыта в омниканальных стратегиях?
 - а) Единый визуальный стиль на всех площадках
 - б) Бесшовное взаимодействие пользователя с организацией через любые каналы
 - в) Наличие мобильного приложения у ведомства
 - г) Ежедневная публикация контента

5. Какой критерий отбора инфлюенсеров является критически важным для минимизации репутационных рисков власти?

- а) Количество подписчиков
- б) Соответствие ценностям
- в) Стоимость размещения
- г) География аудитории

Открытые вопросы:

- 6. Проанализируйте влияние явления медиаконвергенции на требования к метакомпетенции «Готовность к изменениям».
- 7. Оцените воздействие алгоритмов социальных сетей на формирование общественной повестки дня и связанные с этим риски для органов власти.
- 8. Определите этические и правовые ограничения использования больших данных для персонализации коммуникации в госсекторе.
- 9. Определите необходимую скорость реакции организации на появление новых коммуникационных платформ для сохранения релевантности для аудитории.

Тема 3. Методология стратегического проектирования коммуникационной деятельности

1. Для чего используется логико-структурный подход при проектировании коммуникационных вмешательств?

- а) Для расчета медиабюджета
- б) Для обеспечения логической связи между проблемами, целями и результатами
- в) Для выбора каналов распространения информации
- г) Для написания пресс-релизов

2. В чем заключается методологическая ошибка при подмене целей коммуникации показателями активности ?

- а) В завышении бюджета кампании
- б) В оценке количества выпущенных материалов вместо изменений в аудитории
- в) В отсутствии визуального контента
- г) В использовании только цифровых каналов

3. Что обеспечивает консистентность ключевых сообщений?

- а) Единый смысл при адаптации для разных каналов и аудиторий
- б) Повторение одного и того же текста везде
- в) Использование только официального стиля
- г) Отсутствие адаптации под каналы

4. Какой принцип необходимо соблюдать при соотнесении амбициозности целей и ресурсов стратегии?

- а) Принцип максимальной экономии
- б) Принцип реалистичности
- в) Принцип секретности
- г) Принцип централизации

5. Какая метакомпетенция модели РС ОПВ проявляется в процессе защиты и реализации стратегического плана перед руководством?

- а) Работа в команде
- б) Настойчивость и целеустремленность
- в) Управление собой
- г) Экспертно-аналитическая компетентность

Открытые вопросы:

- 6. Обоснуйте необходимость использования логико-структурного подхода при проектировании коммуникационных вмешательств в социальной сфере.
- 7. Выявите методологическую ошибку при подмене целей коммуникации показателями активности в стратегических документах.
- 8. Обеспечьте консистентность ключевых сообщений при их адаптации для различных каналов коммуникации и групп стейкхолдеров.
- 9. Продемонстрируйте проявление метакомпетенции «Настойчивость и целеустремленность» в процессе защиты и реализации стратегического плана перед руководством.

Тема 4. Проектирование и контент-стратегирование: методы смыслового конструирования сообщений в публичных коммуникациях

1. Какой принцип влияния Р. Чалдини основан на стремлении людей следовать авторитетам?

- а) Взаимный обмен
- б) Дефицит
- в) Авторитет
- г) Социальное доказательство

2. Какова роль сторителлинга в мобилизации общественной поддержки инициатив?

- а) Усложнение восприятия информации
- б) Формирование эмоциональной связи и смысловых конструкторов
- в) Увеличение объема текста
- г) Замена фактов эмоциями

3. Какая риторическая стратегия наиболее эффективна для нейтрализации агрессивной риторики в публичных дебатах?

- а) Игнорирование оппонента
- б) Переход на личности
- в) Техника «амортизации» и возвращения к фактам
- г) Повышение голоса

4. Где проходит методологическая граница между легитимным убеждением и манипуляцией сознанием?

- а) В количестве использованных аргументов
- б) В наличии свободы выбора и прозрачности намерений у адресата
- в) В эмоциональной окраске сообщения
- г) В канале распространения информации

5. Какая стратегия поведения предпочтительна при взаимодействии с оппозиционными группами интересов для достижения долгосрочных целей?

- а) Избегание
- б) Сотрудничество
- в) Соперничество
- г) Приспособление

6. Что обеспечивает синергетический эффект при работе кросс-функциональной команды над единым сообщением?

- а) Работа каждого специалиста изолированно
- б) Интеграция усилий и взаимодополняемость компетенций
- в) Наличие одного лидера без прав голоса
- г) Отсутствие внутренних дискуссий

Открытые вопросы:

7. Проанализируйте применимость принципов влияния Р. Чалдини в контексте этики государственной службы и публичной политики.

8. Обозначьте методологическую границу между легитимным убеждением и манипуляцией сознанием в публичной коммуникации.

9. Сформируйте план построения и поддержки сети стратегических партнерств для усиления влияния публичного проекта на смежные ведомства.

10. Определите критерии эффективности коммуникативного воздействия, помимо количественных метрик охвата и вовлеченности.

Тема 5. Институциональная специфика коммуникационных практик в системе публичного управления и гражданского общества

1. В чем ключевое отличие коммуникационных практик органов власти от НКО с точки зрения подотчетности?

- а) Власть подотчетна избирателям и закону, НКО - бенефициарам
- б) Власть не подотчетна никому
- в) НКО подотчетны только государству
- г) Отличий нет

2. Что подразумевается под GR-взаимодействием?

- а) Взаимодействие с клиентами
- б) Взаимодействие с органами власти и влияние на законодательные процессы
- в) Взаимодействие внутри команды
- г) Взаимодействие со СМИ

3. Какие технологии используются в социальном маркетинге для «подталкивания» граждан к полезным действиям?

- а) Принудительные меры
- б) Изменение архитектуры выбора без запрета альтернатив
- в) Финансовые штрафы
- г) Уголовная ответственность

4. Какой принцип является определяющим при балансировке прозрачности власти и защиты конфиденциальной информации?

- а) Максимальная закрытость
- б) Презумпция открытости с исключениями по закону
- в) Полная прозрачность без исключений
- г) Решение руководителя по ситуации

5. Что представляют собой партисипаторные практики на муниципальном уровне?

- а) Выборы мэра
- б) Вовлечение граждан в принятие управленческих решений
- в) Сбор налогов
- г) Проведение субботников

6. Через призму какой метакомпетенции модели РС ОПВ оценивается эффективность коммуникаций в госсекторе с точки зрения общественного блага?

- а) Управление собой
- б) Социальная направленность
- в) Экспертно-аналитическая компетентность
- г) Готовность к изменениям

Открытые вопросы:

7. Сравните коммуникационные практики органов публичной власти и НКО с позиции целей, ресурсов и подотчетности аудитории.

8. Проанализируйте специфику GR-взаимодействия и лоббистских практик в условиях современного нормативно-правового регулирования.
9. Определите границы прозрачности деятельности власти в контексте защиты конфиденциальной информации и государственной тайны.
10. Оцените эффективность коммуникаций в госсекторе через призму метакомпетенции «Социальная направленность» и общественного блага.

Тема 6. Управление репутационными рисками и технологиями антикризисной коммуникации в условиях неопределённости публичной среды

1. Что подразумевает правило «золотого часа» в антикризисной коммуникации?
 - а) Время на подготовку пресс-релиза
 - б) Необходимость первой реакции в течение первого часа после инцидента
 - в) Время проведения пресс-конференции
 - г) Период молчания перед заявлением
2. Какая метакомпетенция модели РС ОПВ критически важна для спикера в процессе нейтрализации негативной реакции общества?
 - а) Управление собой (стрессоустойчивость)
 - б) Работа в команде
 - в) Готовность к изменениям
 - г) Экспертно-аналитическая компетентность
3. Что такое эффект «Страйзанд» в контексте работы с дезинформацией?
 - а) Успешное опровержение фейка
 - б) Привлечение лишнего внимания к информации при попытке её скрыть или удалить
 - в) Вирусное распространение правдивой информации
 - г) Блокировка аккаунта нарушителя
4. Какой механизм необходим для обеспечения консистентности сообщений ведомства в условиях кризиса?
 - а) Единый центр принятия решений и утверждения тезисов
 - б) Свобода высказываний для всех сотрудников
 - в) Отключение всех каналов связи
 - г) Передача полномочий внешнему агентству
5. Что является целью посткризисного аудита?
 - а) Наказание виновных
 - б) Предотвращение повторения подобных ситуаций и извлечение уроков
 - в) Отчет перед СМИ
 - г) Закрытие проекта

6. Какой тип лидерства проявляется при необходимости принятия непопулярных решений в условиях дефицита времени и ресурсов?

- а) Демократическое
- б) Кризисное лидерство
- в) Либеральное
- г) Пассивное

Открытые вопросы:

7. Оцените роль метакомпетенции «Управление собой» и стрессоустойчивости спикера в процессе нейтрализации негативной реакции общества.

8. Соблюдайте баланс между оперативностью предоставления информации (правило «золотого часа») и необходимостью верификации данных в кризисе.

9. Внедрите алгоритмы противодействия распространению дезинформации без эффекта «Страйзанд» (привлечения лишнего внимания).

10. Структурируйте посткризисный аудит для предотвращения повторения подобных ситуаций.

Тема 7. Методологические подходы к мониторингу, верификации и оценке результативности коммуникационной деятельности: метрики, индикаторы, аналитические модели

1. Какой параметр анализа тональности является критически важным для формирования еженедельной аналитической записки?

- а) Количество упоминаний
- б) Соотношение позитива, негатива и нейтрального фона
- в) Длина текстов упоминаний
- г) Время публикации

2. Какая когнитивная ловушка наиболее часто возникает при интерпретации статистических данных медиа-аналитики?

- а) Предвзятость подтверждения
- б) Эффект плацебо
- в) Эффект наблюдателя
- г) Эффект Зейгарник

3. Для какой цели используется структура аналитического отчета для руководства?

- а) Для демонстрации объема проделанной работы
- б) Для обеспечения принятия обоснованных управленческих решений
- в) Для архивирования данных
- г) Для отчета перед налоговыми органами

4. Как могут быть использованы результаты оценки эффективности коммуникаций в кадровом цикле?

- а) Только для премирования
- б) Для формирования индивидуальных планов развития сотрудников
- в) Для увольнения всех сотрудников
- г) Не используются

Открытые вопросы:

- 5. Разграничьте понятия оценки результатов, эффектов и воздействий в коммуникационных проектах.
- 6. Трансформируйте интуитивные решения в управленческие решения, основанные на данных.
- 7. Исключите когнитивные ловушки, возникающие при интерпретации статистических данных медиа-аналитики.
- 8. Составьте структуру аналитического отчета для руководства, обеспечивающую принятие обоснованных управленческих решений на основе коммуникационных данных.

Тема 8. Регулятивы и векторы развития публичных коммуникаций: нормативно-правовые, этические и технологические императивы

1. Какой Федеральный закон является базовым для регулирования деятельности СМИ в РФ?

- а) ФЗ «О персональных данных»
- б) ФЗ «О средствах массовой информации»
- в) ФЗ «О рекламе»
- г) Гражданский кодекс

2. В чем заключается основной этический риск использования генеративных нейросетей для создания контента в публичной сфере?

- а) Высокая стоимость использования
- б) Проблема авторства, достоверности и потенциальной дезинформации
- в) Сложность интерфейса
- г) Отсутствие русскоязычных моделей

3. Какой принцип разрешает конфликт между прозрачностью деятельности власти и защитой конфиденциальной информации?

- а) Приоритет секретности во всех случаях
- б) Законное ограничение доступа к информации определенного типа
- в) Полная открытость архивов
- г) Решение на усмотрение пресс-секретаря

4. Какой тренд наиболее значительно изменит профиль компетенций специалиста по коммуникациям в горизонте 5 -10 лет?

- а) Возврат к печатным СМИ

- б) Цифровизация и автоматизация процессов
- в) Упразднение отдела коммуникаций
- г) Запрет социальных сетей

5. Какая метакомпетенция модели РС ОПВ должна отражаться в содержании коммуникационных кампаний государственных органов?

- а) Управление собой
- б) Социальная направленность
- в) Настойчивость и целеустремленность
- г) Работа в команде

6. Что является основой для планирования индивидуальной карьерной траектории в системе публичного управления согласно модели РС ОПВ?

- а) Личные связи
- б) Освоение модели ключевых компетенций и развитие потенциала
- в) Стаж работы исключительно
- г) Возраст сотрудника

Открытые вопросы:

7. Проанализируйте влияние законодательных ограничений (ФЗ о СМИ, о персональных данных, об информации) на архитектуру коммуникационной стратегии.

8. Разрешите конфликт между принципом прозрачности деятельности власти и необходимостью защиты конфиденциальной информации.

9. Оцените этические риски, несущие использование генеративных нейросетей для создания контента в публичной сфере.

10. Спланируйте индивидуальную карьерную траекторию в системе публичного управления на основе освоения модели ключевых компетенций РС ОПВ.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Необходимо составить расчет по конкретной дисциплине. НАПРИМЕР

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании
--------------------------------	---	------------------------------------	---

	набрать студент		итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,2	20
Итого:		0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Кейс по теме 4. Проектирование и контент-стратегирование: методы смыслового конструирования сообщений в публичных коммуникациях

«Разработка контент-стратегии для кампании по популяризации раздельного сбора отходов в регионе»

Региональное министерство экологии инициирует кампанию по внедрению раздельного сбора ТКО. Целевая аудитория: жители городов с населением более 100 тыс. чел., возраст 25–55 лет. Бюджет кампании ограничен, акцент на цифровые каналы. Базовый уровень осведомлённости о РСО по данным опроса составляет 34%. Уровень доверия к региональным властям 42%. Основные каналы коммуникации: ВКонтакте, Одноклассники, региональные СМИ, наружная реклама.

Задания:

Задание 1. Семантическое проектирование (индивидуальное выполнение):

- Сформулируйте 3 ключевых сообщения для разных сегментов ЦА.
- Обоснуйте выбор лингвистических маркеров для каждого сообщения с позиции метакомпетенции «Коммуникация и влияние».

Задание 2. Контент-архитектура (в мини-группах):

- Разработайте матрицу контент-форматов по осям.
- Предложите 2 формата кросс-канальной адаптации одного ключевого сообщения.

Задание 3. Метрики и оптимизация

- Определите набор показателей для оценки эффективности контент-стратегии (минимум 3 количественных и 2 качественных индикатора).

- Спроектируйте дизайн А/В-теста для проверки гипотезы: «Сообщения с визуализацией персональных выгод повышают конверсию в целевое действие на 20%».

- Рассчитайте необходимый размер выборки для достижения статистической значимости ($\alpha=0,05$, мощность=0,8, ожидаемый эффект $d=0,2$).

КТ – 2.

Кейс по теме 6. Управление репутационными рисками и технологиями антикризисной коммуникации в условиях неопределённости публичной среды

В региональной больнице произошла вспышка внутрибольничной инфекции. В соцсетях распространяется информация о сокрытии фактов руководством. Наблюдается рост негативных упоминаний, падение индекса доверия с 48 до 23 пунктов за 72 часа. Медиамониторинг: 1 240 упоминаний за 3 дня, 68% с негативной тональностью. Опрос населения 1 000 человек, из которых 54% считают, что руководство «скрывает правду»; Официальные каналы: сайт, Вконтакте демонстрируют низкую вовлечённость аудитории.

Задания:

- Классифицируйте тип кризиса по предложенной типологии и обоснуйте выбор.

- Выделите 3 ключевых стейкхолдера, наиболее значимых для минимизации репутационного ущерба, и предложите для каждого формат коммуникации.

- Составьте почасовой план действий кризисного штаба на первые 24 часа (активация, верификация, коммуникация).

- Предложите механизм обеспечения «единого голоса» при наличии 5 официальных спикеров.

- Разработайте 2 сценария развития ситуации (оптимистичный / пессимистичный) и коммуникационные стратегии для каждого.

- Рассчитайте прогнозное значение индекса тональности на день 7.

- Предложите метод статистической проверки гипотезы: «Публикация ежедневных отчётов о принимаемых мерах снижает долю негативных упоминаний на 15% в сутки».

- Определите минимальный размер выборки для повторного опроса доверия с погрешностью 5% и доверительной вероятностью 95%.

- Проанализируйте, какие поведенческие индикаторы метакомпетенции «Управление собой» критически важны для руководителя в данной ситуации.

- Сформулируйте 2 рекомендации по развитию стрессоустойчивости у команды антикризисного реагирования.

КТ – 3.

Кейс по теме 7. Методологические подходы к мониторингу, верификации и оценке результативности коммуникационной деятельности: метрики, индикаторы, аналитические модели

«Оценка эффективности кампании по информированию о цифровых госуслугах»

Региональное министерство цифрового развития провело 3-месячную кампанию по популяризации портала госуслуг. Целевая аудитория: жители региона 18 - 65 лет, не пользовавшиеся порталом ранее. Каналы: таргетированная реклама ВКонтакте, ролики на региональном ТВ, наружная реклама, рассылки через МФЦ. Бюджет-12 млн руб.; осведомлённость о портале-41%, Доля активных пользователей- 18%; индекс удовлетворённости - 52/100.

После кампании получены следующие результаты мониторинга: охват - 1.2 млн уникальных пользователей; клики по ссылкам - 87 000; регистрация на портале- 23 400 новых аккаунтов; повторный опрос (1500 человек): осведомлённость - 67%, удовлетворённость - 61/100.

Задания:

- Сформулируйте 2 дополнительные метрики, необходимые для комплексной оценки, но отсутствующие в отчёте.
- Предложите метод верификации данных о регистрации: как отличить реальных пользователей от ботов/накруток?
- Разработайте квазиэкспериментальный план оценки эффекта кампании
- Определите критерии формирования экспериментальной и контрольной групп.
- Предложите источники данных для каждой группы.
- Опишите процедуру проверки допущения о параллельных трендах.
- Рассчитайте необходимый размер выборки для повторного опроса, чтобы обнаружить изменение осведомлённости на 5 п.п. с мощностью 0,8 и $\alpha=0,05$.
- На основе имеющихся данных оцените эффективность кампании по каждому из каналов.
- Выявите потенциальные когнитивные искажения при интерпретации результатов (например, атрибуция успеха только коммуникации, игнорирование внешних факторов).
- Составьте структуру аналитической записки для руководства, включающую: резюме, методологию, ключевые выводы, рекомендации.
- Проанализируйте, какие элементы метакомпетенции «Экспертно-аналитическая компетентность» были задействованы при выполнении заданий.

- Сформулируйте индивидуальный план развития навыков работы с данными для специалиста по коммуникациям (3 конкретных действия на 6 месяцев).

- Обсудите, как результаты оценки могут быть использованы для формирования индивидуальных планов развития (ИПР) команды коммуникаций.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

Критерии оценивания кейса:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	<i>0-4</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами</i>
<i>Грамотность изложения</i>	<i>0-4</i>	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
<i>Стилистика</i>	<i>0-4</i>	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения</i>	<i>0-4</i>	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы</i>
<i>Оригинальность</i>	<i>0-4</i>	<i>Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
Итого максимально:	20	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Для решения задач открытого типа, тестовых заданий студенту разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме **зачета**.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

1. Какая концепция лежит в основе современного понимания пространства для рационального общественного обсуждения?
 - а) Теория элит
 - б) Концепция публичной сферы Ю. Хабермаса
 - в) Теория массового общества
 - г) Теория социального обмена
2. Какой тип лидерства предполагает способность вести за собой через разделяемое видение, а не через формальные полномочия?
 - а) Административное
 - б) Трансформационное
 - в) Бюрократическое
 - г) Ситуативное
3. Что является основным критерием при построении матрицы влияния и заинтересованности участников?
 - а) Финансовые возможности участника
 - б) Уровень лояльности к организации
 - в) Способность влиять и степень заинтересованности
 - г) Частота публичных выступлений
4. Какая метакомпетенция модели РС ОПВ наиболее важна для формирования доверия в период кризиса?
 - а) Управление собой
 - б) Коммуникация и влияние
 - в) Настойчивость и целеустремленность
 - г) Готовность к изменениям
5. Что подразумевается под слиянием технологий, платформ и форматов контента в современной медиасреде?
 - а) Медиаконвергенция
 - б) Медиадиверсификация
 - в) Медиаполяризация
 - г) Медиафрагментация
6. Какой риск несет алгоритмическая подборка новостей для органов власти?
 - а) Увеличение числа подписчиков
 - б) Формирование изолированных информационных пузырей

- в) Упрощение модерации комментариев
- г) Снижение затрат на продвижение

7. Какая метрика наиболее уместна для оценки эффективности социальной кампании, направленной на изменение поведения граждан?

- а) Общее число публикаций
- б) Достигнутые цели кампании
- в) Количество лайков
- г) Частота упоминаний в СМИ

8. Что ограничивает использование персональных данных граждан при создании целевых сообщений в госсекторе?

- а) Отсутствие технических возможностей
- б) Требования законодательства о защите частной жизни
- в) Низкий интерес граждан к цифровым каналам
- г) Высокая стоимость хранения информации

9. Для чего применяется логико-структурный подход при разработке коммуникационных программ?

- а) Для расчёта бюджета
- б) Для обеспечения логической связи между проблемой, целями и результатами
- в) Для выбора каналов распространения
- г) Для написания пресс-релизов

10. В чём заключается ошибка при оценке успеха кампании только по количеству выпущенных материалов?

- а) В игнорировании реальных изменений в аудитории
- б) В завышении бюджета
- в) В недостаточном использовании социальных сетей
- г) В отсутствии визуального оформления

11. Какие характеристики наиболее важны при создании образов целевых групп в государственных кампаниях?

- а) Только возраст и пол
- б) Психологические установки и поведенческие паттерны
- в) Только уровень дохода
- г) Географическое положение

12. Что обеспечивает единый смысл сообщения при его адаптации под разные каналы?

- а) Использование одного и того же текста везде
- б) Сохранение ключевой идеи при изменении формы подачи
- в) Применение официального стиля

г) Отказ от визуальных элементов

13. Какой принцип убеждения основан на стремлении людей следовать мнению экспертов?

- а) Взаимный обмен
- б) Авторитет
- в) Дефицит
- г) Социальное доказательство

14. Какова роль нарратива в публичных коммуникациях?

- а) Усложнение восприятия
- б) Формирование эмоциональной связи и смысла
- в) Замена фактов вымышленными историями
- г) Увеличение объёма текста

15. Какая стратегия наиболее эффективна при столкновении с агрессивной риторикой оппонента?

- а) Эмоциональная реакция
- б) Возвращение к фактам и спокойное опровержение
- в) Игнорирование
- г) Переход на личные обвинения

16. Где проходит граница между убеждением и манипуляцией?

- а) В количестве аргументов
- б) В сохранении у адресата свободы выбора и прозрачности намерений
- в) В использовании эмоциональной окраски
- г) В выборе канала передачи сообщения

17. Чем отличаются цели коммуникаций органов власти от целей некоммерческих организаций?

- а) Власть ориентирована на общественное благо, НКО - на интересы бенефициаров
- б) НКО не имеют права на коммуникацию
- в) Цели одинаковы
- г) Власть не обязана отчитываться перед обществом

18. Что означает взаимодействие с органами власти в целях влияния на нормативные акты?

- а) PR-кампания
- б) GR-взаимодействие
- в) Медиапланирование
- г) Социальный маркетинг

19. Как называются методы, направленные на мягкое побуждение граждан к полезным действиям без запретов?

- а) Прямое принуждение
- б) Подталкивание
- в) Информационное давление
- г) Административное регулирование

20. Какой принцип должен соблюдаться при раскрытии информации органами власти?

- а) Полная закрытость
- б) Презумпция открытости с законными исключениями
- в) Раскрытие только по запросу СМИ
- г) Раскрытие только положительной информации

21. Что означает правило «золотого часа» в кризисной коммуникации?

- а) Время на подготовку внутреннего совещания
- б) Необходимость первой реакции в течение первого часа после инцидента
- в) Время на сбор всех фактов
- г) Период молчания до появления официального комментария

22. Какая метакомпетенция критически важна для спикера в условиях кризиса?

- а) Управление собой
- б) Работа в команде
- в) Готовность к изменениям
- г) Экспертно-аналитическая компетентность

23. Что происходит, когда попытка скрыть информацию приводит к её массовому распространению?

- а) Успешное сдерживание слухов
- б) Эффект обратного внимания
- в) Повышение доверия к источнику
- г) Снижение интереса к теме

24. Какой механизм необходим для обеспечения единства позиции всех представителей ведомства в кризисе?

- а) Свобода высказываний
- б) Единый центр утверждения сообщений
- в) Передача полномочий внешнему агентству
- г) Отключение всех каналов связи

25. Чем отличаются показатели деятельности от показателей воздействия?

- а) Деятельность - это количество публикаций, воздействие - изменение отношения или поведения

- б) Это синонимы
- в) Деятельность измеряется в рублях, воздействие - в процентах
- г) Деятельность оценивается СМИ, воздействие - гражданами

26. Что означает подход, основанный на принятии решений по результатам анализа данных?

- а) Интуитивное управление
- б) Доказательная коммуникация
- в) Имитационное моделирование
- г) Экспертная оценка

27. Какой параметр наиболее важен при анализе тональности упоминаний в СМИ?

- а) Общее количество упоминаний
- б) Соотношение позитивных, негативных и нейтральных оценок
- в) Время суток публикации
- г) Длина текста

28. Как называется ошибка, при которой человек ищет подтверждение своим убеждениям и игнорирует противоречащую информацию?

- а) Эффект Зейгарник
- б) Предвзятость подтверждения
- в) Эффект плацебо
- г) Когнитивный диссонанс

29. Какой федеральный закон регулирует деятельность средств массовой информации в Российской Федерации?

- а) О персональных данных
- б) О рекламе
- в) О средствах массовой информации
- г) О государственной тайне

30. Какой этический риск связан с использованием искусственного интеллекта для создания официальных сообщений?

- а) Высокая стоимость технологии
- б) Проблема достоверности и ответственности за содержание
- в) Сложность интерфейса
- г) Отсутствие интереса у граждан

Теоретические вопросы к зачету

1. Раскройте содержание концепции публичной сферы Ю. Хабермаса и её трансформацию в условиях цифровой медиасреды.
2. Определите методологическое различие между транзакционным управлением и трансформационным лидерством в контексте публичных коммуникаций.
3. Опишите алгоритм построения матрицы влияния и заинтересованности стейкхолдеров для проекта регионального масштаба.
4. Проанализируйте поведенческие индикаторы метакомпетенции «Лидерство», значимые для формирования институционального доверия.
5. Дайте характеристику явления медиаконвергенции и его влияния на требования к компетенциям специалиста по публичным коммуникациям.
6. Оцените риски формирования алгоритмических «информационных пузырей» для органов публичной власти и предложите стратегии их минимизации.
7. Обоснуйте критерии выбора каналов коммуникации для социально значимой кампании с учётом метрик результативности.
8. Определите этические и правовые ограничения использования персональных данных при персонализации коммуникации в госсекторе.
9. Раскройте содержание логико-структурного подхода при проектировании коммуникационных вмешательств в социальной сфере.
10. Объясните методологическую ошибку подмены целей коммуникации (изменения в аудитории) показателями активности (количество выпущенных материалов).
11. Опишите критерии психографической сегментации для создания образов целевых аудиторий в государственных кампаниях.
12. Сформулируйте принципы обеспечения консистентности ключевых сообщений при их адаптации для различных каналов и групп стейкхолдеров.
13. Проанализируйте применимость принципов убеждения в контексте этики государственной службы и публичной политики.
14. Определите роль нарратива и сторителлинга в мобилизации общественной поддержки властных инициатив.
15. Обозначьте методологическую границу между легитимным убеждением и манипуляцией сознанием в публичной коммуникации.
16. Опишите стратегии поведения при взаимодействии с оппозиционными группами интересов для достижения конструктивного диалога.
17. Сравните коммуникационные практики органов публичной власти и некоммерческих организаций с позиции целей, ресурсов и подотчётности.
18. Раскройте специфику взаимодействия с органами власти в целях влияния на нормативные акты и законодательные процессы.

19. Охарактеризуйте инструменты «мягкого побуждения» граждан к полезным действиям без применения запретительных мер.

20. Определите принципы балансирования прозрачности деятельности власти и защиты конфиденциальной информации в соответствии с законодательством.

21. Классифицируйте типы кризисных ситуаций в публичной сфере и обоснуйте подходы к разработке превентивных планов коммуникации.

22. Оцените роль метакомпетенции «Управление собой» в обеспечении стрессоустойчивости спикера при нейтрализации негативной реакции общества.

23. Опишите алгоритм соблюдения баланса между оперативностью предоставления информации и необходимостью верификации данных в кризисной ситуации.

24. Сформулируйте принципы посткризисного аудита для предотвращения повторения подобных ситуаций и извлечения уроков.

25. Разграничьте понятия оценки результатов деятельности, эффектов восприятия и воздействий на поведение в коммуникационных проектах.

26. Обоснуйте подход к принятию управленческих решений на основе анализа данных в сфере публичных коммуникаций.

27. Опишите параметры анализа тональности и цитируемости, значимые для формирования аналитической записки руководству.

28. Выявите типичные когнитивные искажения при интерпретации данных медиа-аналитики и предложите методы их минимизации.

29. Проанализируйте влияние законодательных ограничений на архитектуру коммуникационной стратегии органа публичной власти.

30. Оцените этические риски использования технологий искусственного интеллекта для создания контента в публичной сфере и предложите регулятивы их минимизации.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством</i>	30-39

<i>изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-19

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Проведение занятий в форме лекций имеет своей целью обеспечение студентов теоретическими знаниями, развитие интереса к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, формирование ориентиров для самостоятельной работы над курсом. В ходе обучения применяются лекции следующих типов: вводная, информационная и обзорная, проблемная, лекционный материал ориентирован на интерактивную форму подачи материала

На практических занятиях предполагается рассмотреть наиболее важные, существенные, сложные вопросы, которые наиболее трудно усваиваются при самостоятельном изучении дисциплины.

Практические занятия направлены на то, чтобы с помощью преподавателя студенты закрепили лекционный материал и получили практический навык решения экономических задач.

Требования к выполнению внеаудиторной самостоятельной работы.

1. Самостоятельная работа должна выполняться в соответствии с заданием преподавателя.

2. Результаты самостоятельной работы должны, иметь научную или

практическую значимость, демонстрировать компетентность автора в раскрываемых вопросах, проявлять умения использовать теоретические знания при выполнении практических задач.

Выполнение указанных требований учитывается при оценке самостоятельной работы обучающегося.

Виды самостоятельной работы: проработка лекций, чтение обязательной и дополнительной литературы, подготовка к дискуссии, решение контрольных задач и заданий.

В ходе изучения дисциплины по каждому блоку студентам предлагается:

1. В рамках лекционных занятий – принимать участие в лекциях-дискуссиях;
2. В рамках практических (лабораторных) занятий – решить практические задачи по пройденным темам;
3. В рамках промежуточного тестирования – решить тестовые задания, позволяющие оценить остаточные знания;

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533064>

2. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент: учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587644>

Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587376>

8.2. Дополнительная литература

1. Наумов, А. О. Публичная дипломатия: учебник для вузов / А. О. Наумов. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21781-0. — Текст: электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590178>

2. Нигматуллина, Т. А. Политическая медиация : учебник для вузов / Т. А. Нигматуллина, Л. О. Терновая. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05665-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585800>

3. Зверева, Е. А. Авторское право в медиа : учебник для вузов / Е. А. Зверева, О. А. Стрыгина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19871-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590370>

4. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585012>

5. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебник для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586446>

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Закон РФ от 27.12.1991 №2124-1 (ред. от 23.07.2025) «О средствах массовой информации». В нём, в частности, говорится о свободе массовой информации и недопустимости цензуры.

2. Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ (ред. от 24.07.2023) «О рекламе».

3. Федеральный закон от 29.12.2022 №585-ФЗ «О внесении изменений в статью 15.1 Федерального закона „Об информации, информационных технологиях и о защите информации“ и статью 4 Закона Российской Федерации „О средствах массовой информации“».

4. Федеральный закон №255-ФЗ от 14.07.2022 (ред. от 24.07.2023) «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием».

5. Постановление Правительства РФ от 8 дек 2011 «О лицензировании телевизионного вещания и радиовещания».

6. Приказ Министерства связи и массовых коммуникаций РФ от 31.07.2020 №367 «Об утверждении порядка демонстрации знака информационной продукции в начале трансляции телепрограммы, телепередачи, а также при каждом возобновлении их трансляции (после прерывания рекламой и (или) иной информацией)».

7. Приказ Министерства связи и массовых коммуникаций РФ от 31.07.2020 №368 «Об утверждении порядка сопровождения информационной продукции, распространяемой посредством радиовещания, сообщением об ограничении распространения информационной продукции среди детей в начале трансляции радиопередач».

8.4 Интернет-ресурсы

– <https://rkn.gov.ru/> - официальный сайт федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций;

– www.nalog.ru – официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации.

– www.minfin.ru – официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации.

– www.gks.ru . – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.

– <https://sfr.gov.ru> – официальный сайт Социального фонда Российской Федерации.

– www.cbr.ru - официальный сайт Центральный банк Российской Федерации

– www.rsl.ru - официальный сайт Российская государственная библиотека

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Работа по дисциплине проводится с применением ДОТ в СДО РАНХиГС – <https://lms.ranepa.ru>