

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт «Высшая школа государственного управления»

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор Института ВШГУ РАНХиГС
О.И. Кондратенко

«15» мая 2025г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации

**«Современные внешние коммуникации
органов публичной власти»**

(наименование программы)

Москва 2025

Разработчики:

Ю.В. Арманд,
директор центра современных коммуникаций Института ВШГУ РАНХиГС

А.Ф. Фадеев,
заместитель директора центра современных коммуникаций Института ВШГУ РАНХиГС

Руководители программы:

Ю.В. Арманд,
директор центра современных коммуникаций Института ВШГУ РАНХиГС

А.Ф. Фадеев,
заместитель директора центра современных коммуникаций Института ВШГУ РАНХиГС

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации рассмотрена и рекомендована к утверждению и реализации на заседании Ученого совета Института ВШГУ от «15» мая 2025 г., протокол № 05.

Содержание

1. Общая характеристика программы	4
1.1. Цель и задачи реализации программы.....	4
1.2. Нормативная правовая база	4
1.3. Планируемые результаты обучения.....	6
1.4. Категория слушателей.....	7
1.5. Формы обучения и сроки освоения.....	7
1.6. Период обучения и режим занятий.....	7
2. Содержание программы повышения квалификации	8
2.1. Календарный учебный график.....	8
2.2. Учебный план.....	9
3. Организационно-педагогическое обеспечение	13
3.1. Кадровое обеспечение	13
3.2. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы.....	18
4. Оценка качества освоения программы	22

1. Общая характеристика программы

1.1. Цель и задачи реализации программы

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Современные внешние коммуникации органов публичной власти» разработана в соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 21 апреля 2023 года № 1019-р и поручением Президента Российской Федерации (Пр-2180 от 16.11.2022) в целях создания условий для кадрового обеспечения достижения национальных целей развития Российской Федерации и реализации мероприятий программы социально-экономического развития Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской и Херсонской областей.

Целью реализации программы является повышение профессионального уровня слушателя в рамках имеющейся квалификации в области внешних коммуникаций и развитие практических навыков, необходимых для эффективной работы в сфере государственного и муниципального управления.

Задачами реализации программы являются:

- осуществление анализа целей PR-подразделений органов власти, ключевых показателей эффективности внешних коммуникаций органов власти;
- изучение приемов работы с традиционными СМИ и приемов управления коммуникационными кампаниями; стратегии антикризисных коммуникаций, методы и приемы предотвращения репутационных кризисов и реагирования на реализовавшиеся риски; ключевых инструментов психологического воздействия на целевые аудитории.
- изучение новых актуальных приемов создания презентаций и работы с визуальным контентом;
- совершенствование умений и навыков по подготовке к публичным выступлениям.

1.2. Нормативная правовая база

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации разработана на основании следующих нормативно-правовых документов:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп. от 28.02.2025г.).
2. Приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 (ред. от 15.11.2013) «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» (зарегистрировано в Минюсте России 20.08.2013 № 29444).
3. Приказ Минобрнауки России от 12.09.2013 № 1061 (ред. от 13.12.2021) «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования» (Зарегистрировано в Министерстве России 14.10.2013 № 30163).
4. Профессиональный стандарт «Корреспондент средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. № 339н (зарегистрировано в Министерстве РФ 5 июня 2014 г., регистрационный № 32589).
5. Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. № 420н (зарегистрировано в Министерстве России 22 августа 2022 г. № 69714).
6. Приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 № 1016 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление».

7. Приказ РАНХиГС от 13 августа 2021 г. № 02-835 «Об утверждении Положения о порядке разработки и утверждения в РАНХиГС дополнительных профессиональных программ - программ профессиональной переподготовки, программ повышения квалификации».

8. Приказ РАНХиГС от 09 декабря 2024 года № 02–2499 «О внесении изменений в Порядок разработки и утверждения в РАНХиГС дополнительных профессиональных программ-программ повышения квалификации, программ профессиональной переподготовки, утвержденный приказом от 13 августа 2021 года №02–835».

9. Постановление Правительства РФ от 11.10.2023 № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

10. Приказ РАНХиГС от 19 апреля 2019 г. № 02-461 «Об утверждении локальных нормативных актов РАНХиГС по дополнительному профессиональному образованию».

11. Приказ РАНХиГС от 22 сентября 2017 г. № 01-6230 «Об утверждении Положения о применении в Академии электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

12. Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов (утв. Минобрнауки России 22.01.2015 № ДЛ-1/05вн).

13. Методические рекомендации-разъяснения по разработке дополнительных профессиональных программ на основе профессиональных стандартов (утв. Минобрнауки России 22.04.2015 № ВК-1032/06).

14. Методические рекомендации по использованию электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации дополнительных профессиональных образовательных программ, направленные письмом Министерства образования и науки Российской Федерации от 10.04.2014 № 06-381.

15. *Нормативные документы, определяющие требования к выпускнику программы:*

– «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 № 197-ФЗ (с изм. от 28.12.2024).

– ОК 010-2014 (МСКЗ-08). Общероссийский классификатор занятий» (принят и введен в действие приказом Росстандарта от 12.12.2014 № 2020-ст) (ред. от 18.02.2021).

– «ЕКС - Единый классификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих, установленный постановлением Правительства РФ от 31.10.2002 № 787.

– «Справочник квалификационных требований к специальностям, направлениям подготовки, знаниям и умениям, которые необходимы для замещения должностей государственной гражданской службы с учетом области и вида профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих» (утв. Минтрудом России) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219036/.

1.3. Планируемые результаты обучения

Таблица 1.3.1

Планируемые результаты обучения

Виды деятельности	Общепрофессиональные, профессионально-специализированные компетенции или трудовые функции (ОПК, ПСК, ПЛК) (формируются и (или) совершенствуются)	Знания	Умения	Практический опыт
ВД 1. Коммуникационная	ОПК-7 ¹ - способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	Знать: – условия, принципы, механизмы взаимодействия органов власти, бизнеса и гражданского общества, системы взаимодействия, которая функционирует как различные институты государства и общества; – основные модели связей с общественностью; особенности связей с общественностью в государственных органах	Уметь: – организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов власти с гражданским обществом и СМИ; организация брифингов, пресс-конференций, интервью и иных мероприятий с участием средств массовой информации, развитие и наполнение официальных интернет-сайтов государственных органов и представительств в социальных сетях и блогах	Владеть: опытом выстраивания эффективного взаимодействия и сотрудничества с институтами публичной власти, гражданского общества, СМИ в процессе профессиональной деятельности
ВД 2. Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПСК-1 ² - получение информации для подготовки материала	Знать: законодательство Российской Федерации, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; методику интервьюирования; основы психологии общения	Уметь: пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями связи; организовывать и проводить интервью; использовать приемы коммуникации, выступать публично; работать в кадре, перед микрофоном (для телевидения, радио- и мультимедийного корреспондента)	Владеть навыками: формирования контактов, необходимых для создания материала (по заданию редакции или собственной инициативе); подготовки вопросов для интервью; проведение интервью, проведение опросов

¹ Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (утвержен приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13 августа 2020 г. № 1016).

² Профессиональный стандарт «Корреспондент средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. № 339н (трудовая функция А/02.6).

ВД 3. Создание и редактирование информационных ресурсов	ПСК-2 ³ - ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	Знать: технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок	Уметь: – писать аннотации к событиям и новостям; – искать информацию и настраивать популярные социальные сети; – подбирать иллюстрации для веб-страниц и статей; собирать, обрабатывать и распространять информацию с помощью агрегаторов новостей, электронных подписок, социальных сетей, форумов	Владеть навыками: – составления кратких и развернутых текстов объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах; – размещения новостей на сайте и в социальных сетях, контроль правильности работы RSS-каналов и механизмов кросспостинга
---	---	---	---	---

1.4. Категория слушателей

К освоению программы допускаются: руководители и специалисты органов публичной власти и подведомственных организаций Донецкой и Луганской Народных Республик, Запорожской и Херсонской областей.

Требования к уровню профессионального образования: высшее образование (бакалавриат, магистратура, специалитет).

1.5. Формы обучения и сроки освоения

Форма обучения – очная (с применением дистанционных образовательных технологий).

Общая трудоемкость программы составляет 36 академических часов контактной работы со слушателем с применением дистанционных образовательных технологий.

1.6. Период обучения и режим занятий

Периоды обучения составляют 2 недели 1 день (см. табл. 2.1.1).

Режим занятий до 8 академических часов в день.

Предельная максимальная численность лекционной группы – 350 человек.

1.7. Документ о квалификации

Удостоверение о повышении квалификации федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

³ Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. № 420н (трудовая функция В/04.5).

2. Содержание программы повышения квалификации

2.1. Календарный учебный график

Таблица 2.1.1

Календарный учебный график

Период обучения – 2 недели 1 день	
1 неделя	1 неделя 1 день
УЗ ДОТ	УЗ ДОТ/ ИА ДОТ

Календарный учебный график выполнен с помощью следующих условных обозначений:

УЗ ДОТ – учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий.
ИА ДОТ – итоговая аттестация с применением дистанционных образовательных технологий.

2.2. Учебный план

Таблица 2.2.1

Учебный план
по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации
«Современные внешние коммуникации органов публичной власти»

№ п/п	Наименование темы	Общая трудоемкость, час.	Контактная работа, час.				Самостоятельная работа, час	Контактная работа (с применением дистанционных образовательных технологий), час.				Самостоятельная работа (в т.ч. электронное обучение), час	Текущий контроль успеваемости	Промежуточная аттестация (форма/час)	Итоговая аттестация (вид /час.)	Код компетенции						
			Всего		В том числе			Всего		В том числе												
			Лекции / в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) / в интерактивной форме	Практические (семинарские) занятия / в интерактивной форме	Контактная самостоятельная работа, час		Лекции/в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) / в интерактивной форме	Практические (семинарские) занятия / в интерактивной форме	Контактная самостоятельная работа, час											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	19					
1.	Цели и задачи подразделений внешних коммуникаций органов власти и команд государственных проектов в современных условиях	2							2	2							ОПК-7 ПСК-1					
2.	Эффективное взаимодействие с традиционными СМИ: организация сотрудничества с федеральными, региональными и отраслевыми медиа, включая проведение пресс-мероприятий и интервью	4							4	2		2					ОПК-7 ПСК-1 ПСК-2					
3.	Создание качественных информационных материалов для СМИ: пресс-релизы, анонсы событий и официальные комментарии	4							4			4					ОПК-7 ПСК-1 ПСК-2					

4.	Сопровождение государственных проектов в социальных сетях: разработка стратегий, позиционирование, модерация обсуждений и повышение вовлечённости аудитории	4						4	2		2						ОПК-7 ПСК-2
5.	Практика управления информационными кампаниями и медиапланирование	2						2	2								ОПК-7 ПСК-1 ПСК-2
6.	Мониторинг эффективности внешних коммуникаций и составление аналитических справок и отчётности для руководства	4						4	2		2						ОПК-7 ПСК-1 ПСК-2
7.	Подготовка руководителей к публичным выступлениям, формулирование тезисов и самопрезентация	2						2	2								ОПК-7 ПСК-1 ПСК-2
8.	Визуальные коммуникации: дизайн презентаций и использование графики для донесения ключевых смыслов	6						6	4		2						ОПК-7 ПСК-1 ПСК-2
9.	Антикризисные коммуникации и предотвращение репутационных кризисов	4						4	2		2						ОПК-7 ПСК-1 ПСК-2
10.	Психологические методы влияния в коммуникациях: работа с убеждением, эмоциями и восприятием целевой аудитории	2						2			2						ОПК-7 ПСК-1 ПСК-2
Итого:		34						34	18		16						
Итоговая аттестация:		2	тестирование										2/3				
Всего:		36						34	18		16						2

2.3. Содержание программы

Содержание программы по темам

Таблица 2.3.1.

Номер темы и ее наименование	Содержание темы
Тема 1. Цели и задачи подразделений внешних коммуникаций органов власти и команд государственных проектов в современных условиях	Коммуникационные цели органов власти и команд государственных проектов. Ключевые задачи PR-подразделений в государственном секторе и как их решать результативно.
Тема 2. Эффективное взаимодействие с традиционными СМИ: организация сотрудничества с федеральными, региональными и отраслевыми медиа, включая проведение пресс-мероприятий и интервью	Эффективное ежедневное взаимодействие с журналистами и редакциями. Особенности работы с федеральными, региональными, отраслевыми СМИ. Организация и проведение пресс-конференций.
Тема 3. Создание качественных информационных материалов для СМИ: пресс-релизы, анонсы событий и официальные комментарии	Структура и стиль эффективных материалов для СМИ. Адаптация текстов для различных каналов: соцсети и традиционные СМИ. Лаконичность, экспрессность и выразительность в официальных текстах.
Тема 4. Сопровождение государственных проектов в социальных сетях: разработка стратегий, позиционирование, модерация обсуждений и повышение вовлечённости аудитории	Персональный бренд госслужащего в социальных сетях. Продвижение государственной повестки и госпроектов. Планирование контента в социальных сетях. Работа с комментариями на площадках органов власти.
Тема 5. Практика управления информационными кампаниями и медиапланирование	Разработка эффективной результатоориентированной информационной кампании. Определение целевой аудитории и формулирование ключевых сообщений. Интеграция различных каналов коммуникации для максимального и результативного охвата целевых аудиторий. Понятие медиаплана и его роль в стратегии продвижения. Планирование активности по принципу «набегающей волны». Календарное планирование и учет сезонности в коммуникациях.
Тема 6. Мониторинг эффективности внешних коммуникаций и составление аналитических справок и отчёtnости для руководства	Ключевые метрики и их выбор под ситуацию органа власти или конкретного проекта. Использование аналитики для оценки эффективности коммуникаций. Составление отчетов и представление результатов руководству.

Тема 7. Подготовка руководителей к публичным выступлениям, формулирование тезисов и самопрезентация	Особенности подготовки руководителей органов власти к выступлениям перед широкой и профессиональной аудиторией. Структура выступления: от вводной части до заключения. Практические упражнения по контролю жестов, мимики, голоса и темпа речи.
Тема 8. Визуальные коммуникации: дизайн презентаций и использование графики для донесения ключевых смыслов	Подготовка визуальных материалов: структура слайдов, четкость и лаконичность подачи. Принципы разработки инфографики для эффективной презентации данных. Использование визуального контента для подкрепления основных идей выступления. Практические рекомендации по оформлению презентаций для разных типов аудиторий.
Тема 9. Антикризисные коммуникации и предотвращение репутационных кризисов	Профилактика кризисных ситуаций и система заблаговременного выявления репутационных рисков. Стратегии реагирования на кризисы и информационные атаки. Разбор кейсов антикризисных коммуникаций.
Тема 10. Психологические методы влияния в коммуникациях: работа с убеждением, эмоциями и восприятием целевой аудитории	Рациональные и эмоциональные аргументы. Когнитивные искажения и их использование.

3. Организационно-педагогическое обеспечение

3.1. Кадровое обеспечение

Реализация программы обеспечивается научно-педагогическими кадрами Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, специальную подготовку по использованию ДОТ в учебном процессе, систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью, а также владеющие навыками интерактивной работы. Условием допуска к участию в Программе является наличие у преподавателя методических разработок, а также владение активными формами и методами обучения.

Все преподаватели имеют ученую степень или опыт деятельности в соответствующей профессиональной области.

Руководство Программы вместе с преподавателями поддерживают высокий квалификационный уровень ППС за счет регулярного повышения квалификации преподавателей, содействие в их участии в конференциях и методических семинарах, обеспечивает привлечение ППС для работы в органах власти в качестве экспертов (при разработке региональных программ и проектов, в кадровых комиссиях).

Таблица 3.1.1

Сведения о профессорско-преподавательском составе

1	2	3	4	5	6	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой темы
						Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
Журавлёва Алина Юрьевна	Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет, специальность «Связи с общественностью»	-	Управление информации – пресс-службы администрации губернатора г. Санкт-Петербурга, главный специалист информационно-аналитического отдела Дополнительное место работы – договор ГПХ	-	10	1	1	Тема 6. Мониторинг эффективности внешних коммуникаций и составление аналитических справок и отчётности для руководства
Искакова Ирина Наимовна	Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, бакалавр регионоведения		Аналитический центр при Правительстве РФ, начальник Управления общественных связей. Дополнительное место работы – договор ГПХ	-	20	5	5	Тема 2. Эффективное взаимодействие с традиционными СМИ: организация сотрудничества с федеральными, региональными и отраслевыми медиа, включая проведение пресс-мероприятий и интервью

Непейвода Кира Михайловна	Южный федеральный университет, Филология (бакалавр и магистр). Южный федеральный университет, Юриспруденция (юрист), кандидат филологических наук	-	Южный федеральный университет, доцент. Дополнительное место работы – договор ГПХ	Кандидат филологических наук	10	8	8	Тема 7. Подготовка руководителей к публичным выступлениям, формулирование тезисов и самопрезентация
Пономаренко Михаил Юрьевич	Уральский государственный педагогический университет, переводчик (английский и немецкий)	-	Директор по развитию, сооснователь контент-бюро «Ишь, Миш!», автор Telegram-канала «Соцсети для госслужащих». Дополнительное место работы – внешний совместитель, договор ГПХ	-	12	5	5	Тема 4. Сопровождение государственных проектов в социальных сетях: разработка стратегий, позиционирование, модерация обсуждений и повышение вовлечённости аудитории
Садовой Дмитрий Юрьевич	Московская открытая социальная академия, дизайнер		Агентство корпоративных коммуникаций «Цифродинамика», генеральный директор. Дополнительное место работы – договор ГПХ	-	14	4	4	Тема 8. Визуальные коммуникации: дизайн презентаций и использование графики для донесения ключевых смыслов
Смирнова Кристина	Универсальный институт	-	Центр современных коммуникаций	-	18	2	2	Тема 3.

Витальевна	инновационных технологий (г. Москва), психолог Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения, экономист-менеджер		Института ВШГУ Президентская академия, заместитель директора. Основное место работы – внутренний совместитель, почасовая оплата труда					Создание качественных информационных материалов для СМИ: пресс-релизы, анонсы событий и официальные комментарии Тема 10. Психологические методы влияния в коммуникациях: работа с убеждением, эмоциями и восприятием целевой аудитории
Фадеев Андрей Федорович	Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, историк-педагог		Центр современных коммуникаций Института ВШГУ Президентская академия, заместитель директора. Основное место работы – внутренний совместитель, почасовая оплата труда	-	18	1	1	Тема 1. Цели и задачи подразделений внешних коммуникаций органов власти и команд государственных проектов в современных условиях Тема 5. Практика управления информационными кампаниями и медиапланирование Тема 9. Антикризисные коммуникации и предотвращение репутационных кризисов

3.2. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы

РАНХиГС располагает необходимой материально-технической базой, обеспечивающей реализацию программы повышения квалификации, проведение итоговой аттестации, предусмотренной учебным планом.

Реализация программы в дистанционном режиме осуществляется через Систему дистанционного обучения (СДО) WebTutor. Слушателям предоставляется авторизованный доступ на информационно-образовательный портал ВШГУ через ввод логина и пароля. Логин и пароль присваивается администратором системы дистанционного обучения. Вебинары проводятся в режиме видеоконференции на платформе МТС Линк.

Дистанционное обучение включает в себя изучение материалов, прохождение электронных курсов. Итоговая аттестация проходит в форме онлайн тестирования на информационно-образовательном портале ВШГУ.

Во время обучения слушатели имеют доступ к библиотечному фонду с необходимым количеством учебной, методической литературы и другой печатной продукции, для самостоятельной работы, а также к автоматизированным системам хранения и поиска информации, национальным и международным информационным ресурсам.

Слушатели получают методическую поддержку в процессе обучения и по заверении обучения, в т.ч. имеют возможность получать консультации по электронной почте у преподавателей, принимающих участие в обучении.

Программное обеспечение: лицензионные системные программы - операционные системы (Windows, Acrobat Reader, иные), обеспечивающие взаимодействие всех других программ с оборудованием и взаимодействие пользователя персонального компьютера с программами; универсальные офисные прикладные программы и средства ИКТ, например: программа подготовки презентаций; использование Интернет, электронной почты; использование автоматизированных поисковых систем Интернет (например, Google).

Слушатели получают методическую поддержку в процессе обучения и по заверении обучения, в т.ч. имеют возможность получать консультации по электронной почте у преподавателей, принимающих участие в обучении.

3.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Примерные задания для проведения практических занятий

1. Слушателям предлагается принять участие в освещении выдуманного чрезвычайного происшествия от момента его начала и до окончания (постепенно будут раскрываться новые подробности, как это бывает при реальных ЧП и ЧС). Могут быть предложены следующие чрезвычайные происшествия: лавина в горах, сход селя, наводнение, крупный пожар и т. д. Задача слушателей – четко отработать информационную повестку, распределить работу на месте происшествия и определить, какую информацию и когда они готовы дать журналистам. Цель занятия – научиться работать в стрессовых условиях и верно определять вектор информационного сопровождения.

2. Слушатели разбирают ситуации, для которых может понадобиться презентация проекта перед руководителем, подчиненными или коллегами, не находящимися в подчинении. Вместе с преподавателем слушатели продумывают аргументы и составляют план речи.

Нормативно-правовые документы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/.
2. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (с изм. и доп. от 08 августа 2024г.) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/.
3. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (посл.ред. от 23.11.2024г.) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/;
4. Указ Президента Российской Федерации от 21.02.2019 № 68 (посл.ред. от 26.06.2023г.) «О профессиональном развитии государственных гражданских служащих Российской Федерации» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_318654/;
5. Указ Президента РФ от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_475991/;
6. Указ Президента РФ от 12.08.2002 № 885 (посл.ред. от 25.08.2021г.) «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_89509/;
7. «Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2024 года» (утв. Правительством РФ 29.09.2018) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_307872/;
8. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 25.12.2024) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество» <https://base.garant.ru/70644220/?ysclid=lg0qr9evao471689919>;
9. Постановление Правительства РФ от 03.02.2012 № 75 «Об утверждении Положения об осуществлении мероприятий по контролю (надзору) за соблюдением законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации, при проведении которых не требуется взаимодействие уполномоченных на осуществление государственного контроля (надзора) органов с проверяемыми (контролируемыми) лицами» <https://base.garant.ru/70136256/?ysclid=m8ppo2leml404455011>

Основная литература:

1. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета: учебник для вузов / О. А. Гулевич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 245 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21264-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569444>.
2. Деловые коммуникации в государственном и муниципальном управлении: учебник для вузов / А. С. Никитина, Н. Г. Чевтаева, С. А. Ваторопин, А. С. Ваторопин. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 171 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13964-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567676>.
3. Дидактика перевода в сфере профессиональной коммуникации [Электронный ресурс] / С.А. Шилова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Издательство Саратовского университета, 2022.— 152 с.— Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/122832>.— IPR SMART;
4. Ефанов, А. А. Социология медиакультуры и медиаобразования: учебник для вузов / А. А. Ефанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12432-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566710>.

5. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации: учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16604-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560024>.
6. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации: учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15798-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563395>.
7. 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>;
8. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов: учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18979-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561180>.
9. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба: учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18185-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565068>.
10. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541072>;
11. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 611 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18980-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559971>.
12. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебник для вузов / В. А. Франц. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 112 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17513-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564247>.
13. Чумиков, А. Н. Управление коммуникациями: учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — Москва: Дашков и К, 2022. — 544 с. — ISBN 978-5-394-04761-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119218.html>

Дополнительная литература:

1. Аврамчикова, Н. Т. Эффективное государственное и муниципальное управление: учебник для вузов / Н. Т. Аврамчикова, И. П. Рожнов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14761-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544353>.
2. Васильева М. М. «Связи с общественностью в органах власти». Москва: Издательство Юрайт, 2024. 433 с.

3. Глазова, Л. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерению коммуникаций / Л. Глазова; под редакцией И. Шестакова, Е. Ермолаевой. — Москва: Альпина ПРО, 2021. — 168 с. — ISBN 978-5-907394-94-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119594.html>.
4. Дзялошинский, И. М. Коммуникация и коммуникативная культура: учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 606 с. — ISBN 978-5-4497-1367-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115017.html>.
5. Емельянов С. М. «Связи с общественностью: управление рисками и кризисными коммуникациями». Санкт-Петербург: Лань, 2024. 204 с.
6. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебник для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 218 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16787-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562963>.
7. Колосова, С. Звезда эфира: прокачиваем навыки онлайн-коммуникации / С. Колосова. — Москва: Альпина ПРО, 2022. — 152 с. — ISBN 978-5-907534-06-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122519.html>.
8. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебник для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563888>.
9. Марков А. А. «Связи с общественностью в органах власти: учебник». Москва: ИНФРА-М, 2024. 190 с.
10. Пигуловский, В. О. Культура и визуальные коммуникации: учебное пособие / В. О. Пигуловский. — Саратов: Вузовское образование, 2022. — 61 с. — ISBN 978-5-4487-0832-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120829.html>.
11. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью: учебник для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557785>.
12. Связи с общественностью в органах власти: учебник для вузов / под редакцией М. М. Васильевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20393-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560204>.

Интернет-ресурсы:

- [Главред](https://glvrd.ru/) [сайт]. — URL: <https://glvrd.ru/>
- [Счетная палата РФ - Открытость правительства в России.](https://ach.gov.ru/page/government-openness) — Текст: электронный [сайт]. — URL: <https://ach.gov.ru/page/government-openness>
- [Национальные проекты России.](https://xn--80aaparmpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/) — Текст: электронный [сайт]. — URL: <https://xn--80aaparmpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/>
- Особенности этикета и поведения госслужащих, кодекс этики. — Текст: электронный [сайт]. — URL: <https://goodetiket.ru/delovoij-etiket/etiket-gossluzhashhih>.

Справочные системы:

- <http://nlr.ru/> - Российская национальная библиотека
- <https://rusneb.ru/> - Национальная электронная библиотека
- <https://www.rsl.ru/> - Российская государственная библиотека
- <https://www.rambler.ru/> - Поисковая система
- <https://yandex.ru/> - Поисковая система
- <http://www.consultant.ru/> - Консультант плюс
- <https://www.garant.ru/> - Гарант

4.Оценка качества освоения программы

4.1. Формы и объем итоговой аттестации

Итоговая аттестация проводится в виде зачета в форме тестирования (с применением ДОТ).

Итоговая аттестация является обязательной для слушателей, завершающих обучение по программе.

Оценка качества освоения программы проводится в отношении соответствия результатов освоения программы заявленным целям и планируемым результатам обучения.

Слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают соответствующие документы о повышении квалификации, форму которых образовательная организация устанавливает самостоятельно: удостоверение о повышении квалификации.

Слушатели, не прошедшие итоговую аттестацию или получившие на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, вправе пройти повторно итоговую аттестацию в сроки, определяемые образовательной организацией.

Слушателям, не прошедшим итоговую аттестацию по уважительной причине (по медицинским показаниям или в других исключительных случаях, документально подтвержденных), должна быть предоставлена возможность пройти итоговую аттестацию без отчисления из организации, в соответствии с медицинским заключением или другим документом, предъявленным слушателем, или с восстановлением на дату проведения итоговой аттестации.

Слушателям, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно установленному образовательной организацией.

Итоговая аттестация слушателей осуществляется аттестационной комиссией, созданной образовательной организацией в соответствии с локальными нормативными актами организации из числа сотрудников РАНХиГС и других организаций.

Примерные вопросы для подготовки к итоговой аттестации

Выберите один правильный ответ:

1. В чем заключается стратегическая роль PR-подразделения при реализации масштабных государственных проектов?
 - а) Только в информировании населения о результатах проекта
 - б) **В комплексном коммуникационном сопровождении на всех этапах с учетом интересов различных целевых групп**
 - с) В подготовке отчетности для вышестоящего руководства
2. Какие факторы необходимо учитывать при разработке долгосрочной коммуникационной стратегии органа власти?
 - а) Исключительно текущую медийную повестку

- b) **Комплекс факторов: стратегические цели ведомства, особенности целевых аудиторий, внешние вызовы и имеющиеся ресурсы**
c) Только количество запланированных мероприятий
3. Как правильно выстроить систему оценки эффективности PR-деятельности государственного органа?
a) Использовать только количественные показатели охвата аудитории
b) Разработать комплексную систему КPI, включающую качественные и количественные показатели, привязанные к стратегическим целям
c) Ориентироваться на количество проведенных мероприятий
4. В чем заключается специфика управления репутационными рисками в государственном секторе?
a) В полном игнорировании негативных сигналов
b) В системном подходе к мониторингу, анализу и предотвращению репутационных угроз с учетом общественной значимости
c) В реагировании только на крупные информационные атаки
5. Какие психологические инструменты наиболее эффективны при работе с разными целевыми аудиториями?
a) Использование только рациональной аргументации
b) Комбинирование эмоциональных и рациональных аргументов с учетом особенностей восприятия конкретной аудитории
c) Применение исключительно эмоционального воздействия
6. Как правильно выстроить систему антикризисных коммуникаций в государственном органе?
a) Реагировать на кризисы по мере их возникновения
b) Создать комплексную систему превентивного реагирования с четким распределением ролей и регулярными тренировками команды
c) Делегировать все антикризисные коммуникации внешним специалистам
7. Какие принципы лежат в основе эффективной адаптации сложной информации для разных каналов коммуникации?
a) Унификация всех сообщений
b) Учет специфики канала, особенностей восприятия целевой аудитории и сохранение ключевого смысла при трансформации формы
c) Максимальное упрощение любой информации
8. Как обеспечить синергию различных каналов коммуникации в рамках единой информационной кампании?
a) Дублировать одинаковый контент во всех каналах
b) Разработать интегрированную стратегию с учетом сильных сторон каждого канала и их взаимного усиления
c) Сконцентрироваться на одном наиболее популярном канале
9. Какие методы наиболее эффективны при подготовке руководителя к сложным публичным выступлениям?
a) Заучивание текста наизусть
b) Комплексная подготовка: отработка структуры выступления, работа с возражениями, контроль неверbalных сигналов
c) Спонтанное выступление для естественности
10. В чем заключается специфика работы с негативом в социальных сетях государственных органов?
a) Удаление всех негативных комментариев
b) Выработка дифференциированного подхода к разным типам негатива с учетом правовых и этических норм
c) Игнорирование любого негатива

11. Как правильно организовать систему медиа-планирования в государственном органе?
 - а) Работать только по запросам СМИ
 - б) **Создать гибкую систему планирования с учетом стратегических задач, информационной повестки и ресурсов**
 - с) Составить жесткий план на год вперед
12. Какие инструменты наиболее эффективны при формировании персонального бренда государственного служащего?
 - а) Максимальная закрытость от общественности
 - б) **Системная работа над репутацией с учетом должностного статуса и этических норм госслужбы**
 - с) Копирование популярных блогеров
13. Как обеспечить баланс открытости и безопасности в коммуникациях государственного органа?
 - а) Минимизировать любые внешние коммуникации
 - б) **Разработать регламенты коммуникаций с учетом требований безопасности и принципов открытости**
 - с) Игнорировать требования безопасности ради открытости
14. Какие методы анализа эффективности наиболее релевантны для оценки PR-деятельности госоргана?
 - а) Только количественные метрики
 - б) **Комбинация количественных и качественных методов с учетом специфики государственного сектора**
 - с) Исключительно качественная оценка
15. В чем заключается специфика работы с различными типами СМИ?
 - а) Однаковый подход ко всем СМИ
 - б) **Учет формата, аудитории и редакционной политики каждого СМИ при выстраивании взаимодействия**
 - с) Работа только с государственными СМИ
16. Как правильно выстроить систему информационного сопровождения долгосрочных государственных проектов?
 - а) Информировать только о результатах
 - б) **Создать систему регулярных коммуникаций с различными целевыми группами на всех этапах проекта**
 - с) Ограничиться годовым отчетом
17. Какие факторы важны при разработке визуальной составляющей презентационных материалов?
 - а) Следование только корпоративному стилю
 - б) **Учет психологии восприятия, целей презентации и особенностей аудитории**
 - с) Максимальное насыщение графикой
18. Как обеспечить эффективную коммуникацию в условиях информационного шума?
 - а) Увеличить частоту публикаций
 - б) **Разработать стратегию выделения ключевых сообщений с учетом особенностей восприятия целевых аудиторий**
 - с) Сократить количество публикаций
19. Какие принципы важны при подготовке аналитических материалов для руководства?
 - а) Включать только позитивные показатели
 - б) **Обеспечить объективность анализа с выделением ключевых тенденций и практических рекомендаций**
 - с) Фокусироваться на количественных показателях

20. Как эффективно использовать когнитивные особенности восприятия в государственных коммуникациях?
- а) Игнорировать психологические аспекты
 - б) **Учитывать особенности восприятия различных целевых групп при разработке коммуникационной политики**
 - с) Использовать только манипулятивные техники
21. В чем заключается ключевая задача пресс-службы государственного органа?
- а) Ограничивать доступ журналистов к информации
 - б) **Выстраивать эффективные взаимоотношения со СМИ для объективного освещения деятельности органа власти**
 - с) Готовить только позитивные пресс-релизы
22. Какие факторы важно учитывать при подготовке официальных комментариев и заявлений?
- а) Личное мнение пресс-секретаря
 - б) **Позицию органа власти, политический и социальный контекст, потенциальную реакцию общества**
 - с) Ожидания отдельных журналистов
23. Как выстроить эффективную систему мониторинга и анализа медиаполя?
- а) Отслеживать только упоминания первых лиц
 - б) **Проводить комплексный количественный и качественный анализ всего массива публикаций**
 - с) Ограничиться подпиской на мониторинг 2-3 ключевых СМИ
24. В чем специфика организации пресс-мероприятий в государственных органах?
- а) Закрытый формат только для государственных СМИ
 - б) **Учет требований открытости, обеспечение равного доступа для всех СМИ, подготовка качественного контента**
 - с) Проведение пресс-мероприятий без подготовки спикеров
25. Какие показатели важно учитывать при оценке эффективности работы пресс-службы?
- а) Только количество подготовленных пресс-релизов
 - б) **Качество взаимодействия со СМИ, тональность публикаций, влияние на информационную повестку**
 - с) Число подписчиков в соцсетях пресс-секретаря
26. Как реагировать на публикацию недостоверной и негативной информации в СМИ?
- а) Игнорировать любой негатив
 - б) **Оперативно предоставить достоверную информацию, при необходимости потребовать опровержения**
 - с) Ограничить аккредитацию данного СМИ
27. Какие компетенции наиболее важны для современного госслужащего при работе с информацией?
- а) Умение скрывать информацию
 - б) **Навыки работы с большими данными, информационная гигиена, критическое мышление**
 - с) Красноречие и умение убеждать
28. Как выстроить конструктивный диалог с общественностью в социальных сетях?
- а) Удалять негативные комментарии и блокировать пользователей
 - б) **Оперативно реагировать, давать качественную обратную связь, поощрять конструктивное обсуждение**
 - с) Использовать ботов для имитации диалога
29. Как обеспечить высокое качество текстов при подготовке спикеров к публичным выступлениям?
- а) Использовать много профессионального жаргона для солидности

- b) Писать просто, понятно, структурировано, с учетом особенностей устного восприятия
- с) Заимствовать чужие тексты без адаптации
30. Какие навыки необходимы спикеру для эффективного публичного выступления?
- а) Умение говорить больше 1 часа без остановки
- б) Четкая структура, контакт с аудиторией, управление голосом, контроль невербалики
- с) Максимальная эмоциональность и экспрессивность

Критерии оценки обучающихся на итоговой аттестации

Оценка	Требования к знаниям
<i>зачтено</i>	Выставляется слушателю, если он правильно выполнил не менее 50% заданий
<i>не зачтено</i>	Выставляется слушателю, если он правильно выполнил менее 50% заданий

4.2. Характеристика результатов освоения программы

В результате освоения программы у слушателя сформированы следующие компетенции:

Таблица 4.2.1

Характеристика результатов освоения программы

Компетенция (код, содержание)	Индикаторы
ОПК-7 - способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	<ul style="list-style-type: none"> – знает основные методы и принципы организации эффективных внешних коммуникаций органов власти; – умеет разрабатывать и реализовывать информационные кампании, направленные на достижение управленческих целей; эффективно использовать различные каналы коммуникации; планировать и анализировать результативность информационных кампаний; готовить структурированные отчеты для руководства. – владеет навыками разработки антикризисных стратегий; продвижения государственных инициатив в социальных сетях; создания презентаций и работы с визуальным контентом; управления общественным мнением с помощью аргументированной коммуникации
ПСК-1 - получение информации для подготовки материала	<ul style="list-style-type: none"> – знает законодательство Российской Федерации; методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; методику интервьюирования; основы психологии общения;

	<p>– умеет пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями связи; организовывать и проводить интервью; использовать приемы коммуникации, выступать публично.</p>
ПСК-2 - ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	<p>– знает технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок;</p> <p>– умеет составлять и размещать краткие и развернутые тексты объявлений, новости на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах, а также осуществлять контроль правильности работы RSS-каналов и механизмов кросспостинга</p>