

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Грызлова Алена Фёдоровна

Должность: Ректор

Дата подписания: 01.03.2022 17:04:37

Уникальный программный ключ:

def4c1aae4956ccb60c796114b0245db1bc83492776b2fb6b418be863d2dac15

Автономная некоммерческая организация высшего образования

«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОТКРЫТЫЙ ИНСТИТУТ Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»

Кафедра государственного, муниципального управления и права

Рабочая программа учебной дисциплины
«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ
ВЛАСТИ»

Направление подготовки – 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль подготовки) – Государственная и муниципальная служба

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная, очно-заочная

Рабочая программа учебной дисциплины "Связи с общественностью в органах власти" и её учебно-методическое обеспечение составлены в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1016 от 13 августа 2020 года (зарегистрирован в Минюсте России 27 августа 2020 г. № 59497), к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры государственного, муниципального управления и права (протокол № 3 от 26 февраля 2021г.).

Зав. кафедрой _____.

Рабочую программу подготовила: к.соц.н., доцент Боброва Д.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Требования к результатам освоения дисциплины	5
4. Структура и содержание дисциплины	7
5. Образовательные технологии	15
6. Самостоятельная работа студентов	16
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	17
8. Методические рекомендации по изучению дисциплины	23
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	26
10. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	27
11.Согласование и утверждение рабочей программы дисциплины.....	29

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины:

сформировать у студентов целостное представление о теоретических подходах к связям с общественностью в системе государственного и политического управления, сущности общественной коммуникации, дать представление об ее основных элементах и средствах, основных моделях коммуникаций, развить коммуникативные навыки, аналитическое мышление и организаторские способности.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с проблематикой государственного маркетинга, политической коммуникации, теории социального управления;
- рассмотреть основы построения и функционирования сферы взаимодействия между органами власти, средствами массовой информации и другими целевыми аудиториями
- выработать знания об особенностях современного медиа-производства;
- сориентировать в системе законодательства и правового обеспечения системы управления общественными отношениями.
- изложить основные способы планирования и программирования PR-компаний.
- сформировать представления о технологиях менеджмента новостей;
- развить навыки создания PR-текстов, предназначенных для прессы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» входит в вариативную часть (Б1.В.15) ОПОП ВО блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, согласно ФГОС ВО для направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление.

Связи с общественностью в органах власти изучаются на четвертом году обучения, в 7-м семестре и базируется на знаниях, умениях, навыках и компетенциях, сформированных у студентов в ходе освоения следующих дисциплин:

- Иностранный язык;
- Информационные технологии в профессиональной деятельности;
- Социология;
- Государственная и муниципальная служба;
- Риторика;
- Основы маркетинга;
- Социальная психология;
- Этика государственной и муниципальной службы;
- Деловые коммуникации;
- Принятие и исполнение государственных решений и др.

Содержательно, логически и методически курс Связи с общественностью в органах власти связан с изучаемыми параллельно дисциплинами:

- Конфликтология;
- Социальное управление;
- Управление проектами;
- Управленческий консалтинг.

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» является основой, как для последующего успешного прохождения производственной практики, так и для изучения таких дисциплин как:

- Муниципальное право;

- Региональное управление и территориальное планирование.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» направлен на формирование следующих компетенций:

Универсальные компетенции (УК):

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; ИУК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; ИУК-1.3. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения ИУК-1.4. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
Гражданская позиция	УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	ИУК-11.1 Анализирует действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней ИУК-11.2 Планирует, организует и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе ИУК-11.3. Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

Код общепрофессиональной компетенции выпускника	Наименование общепрофессиональной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции выпускника
ОПК-7	Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	ОПК- 7.1. Может организовать взаимодействие органов власти с стейкхолдерами, в частности с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества и СМИ ОПК-7.2. Умеет разрешать конфликтные ситуации, оперативно доносить полную, достоверную и оперативную информацию до

		заинтересованных лиц ОПК-7.3. Владеет навыками коммуникаций органов власти с физическими и юридическими лицами
--	--	---

Ожидаемые результаты:

В результате изучения дисциплины бакалавры направления 38.03.04 Государственное и муниципальное управление приобретут:

Знания:

- 1) понятие общественного мнение, его функции, особенности как социального института и как состояние общественного сознания;
- 2) понятие, структуру общественных отношений в обществе;
- 3) основные трактовки и модели публич рилейшнз;
- 4) основы вербальных и невербальных коммуникаций;
- 5) различные типы организаций;
- 6) особенности СМИ как канала коммуникации и контактной аудитории отличиях PR от других видов коммуникативной деятельности;
- 7) механизмы организации, планирования и проведения PR-компаний;
- 8) особенности формирования имиджа;

Умения:

- 1) разрабатывать PR-программу для решения вопросов в области государственного регулирования или выхода из кризисной ситуации;
- 2) организовывать публичные мероприятия, используемые при взаимодействии с различными целевыми аудиториями;
- 3) реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями;
- 4) разрабатывать план информационной кампании по формированию имиджа органа государственной и муниципальной власти; составлять прогнозы развития, аналитические записки и отчеты о результатах проведения PR-компаний;
- 5) применять на практике методы и технологии медиарилейшнз;
- 6) анализировать содержание общественного мнения в СМИ;

Овладеют:

- 1) приемами организации PR-кампании (информационной кампании) в соответствии с задачами органов государственного и муниципального управления;
- 2) навыками проведения исследований общественного мнения;
- 3) способами планирования, программирования и организации PR-мероприятий;
- 4) навыками и приемами анализа составляющих коммуникативного процесса конкретного субъекта, интерпретации характера и степени достаточности информационного присутствия данного субъекта в СМИ;
- 5) навыками составления медиакарты, предоставления интервью, написания пресс-релиза, разработки сценария PR-события;
- 6) навыками подготовки документов для организации массовых мероприятий в органы власти.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» для направления 38.03.04 Государственное и муниципальное управление составляет 5 зачетных единиц или 180 часов общей учебной нагрузки.

Таблица 1

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Всего часов	Виды учебной работы (в академических часах)			Форма контроля
				Л	СР	ПЗ	
1	Тема 1. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (Связи с общественностью)	7	16/10/18	4/1/2	4/5/12	8/4/4	Блиц-опрос после лекции; устный опрос во время семинара; оценка выполненного реферата.
2	Тема 2. Развитие СО в органах государственного и муниципального управления РФ	7	16/11/18	4/1/2	4/6/12	8/4/4	Устный опрос во время семинара; оценка пресс-релиза, оценка контрольной работы.
3	Тема 3. Задачи и функции служб СО в государственных властных структурах	7	16/11/16	4/1/4	4/6/8	8/4/4	Блиц-опрос после лекции; устный опрос во время семинара; оценка

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Всего часов	Виды учебной работы (в академических часах)			Форма контроля
				Л	СР	ПЗ	
							выполненного реферата.
4	Тема 4. Исследование политической обстановки	7	16/21/16	4/1/4	4/16/8	8/4/4	Устный опрос во время семинара; оценка проведенного интервью.
5	Тема 5. Имидж государственной власти: технологии и способы продвижения	7	16/21/14	4/1/2	4/16/8	8/4/4	Устный опрос во время семинара; оценка докладов по результатам Интернет-мониторинга.
6	Тема 6. Формирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	7	16/21/14	4/1/2	4/16/8	8/4/4	Устный опрос во время семинара; компьютерное тестирование.
7	Тема 7. Технология создания имиджа регионального политика с помощью целевых политических акций	7	14/20/12	4/-/2	4/16/8	6/4/2	Блиц-опрос после лекции; устный опрос во

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Всего часов	Виды учебной работы (в академических часах)			Форма контроля
				Л	СР	ПЗ	
							время семинара; оценка проекта PR-кампании.
8	Тема 8. Особенности работы служб по СО в государственных органах и политических партиях	7	14/20/12	4/-/2	4/16/8	6/4/2	Устный опрос во время семинара; оценка выполненного реферата.
9	Тема 9. Методы мониторинга социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти	7	10/18/12	2/-/2	2/16/8	6/2/2	Блиц-опрос после лекции; устный опрос во время семинара; оценка выполненного реферата.
10	Тема 10. Иные виды PR-работы по взаимодействию между органами власти и населением.	7	10/18/12	2/-/2	2/16/8	6/2/2	Устный опрос во время семинара; компьютерное тестирование.
	Промежуточная аттестация		36/4/36				экзамен
	ИТОГО:		180/180/180	36/6/24	36/160/88	72/36/32	

Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Результат обучения, формируемые компетенции
1	Тема 1. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (Связи с общественностью)	Связи с общественностью (СО): многообразие определений и понятий. Задачи и цели. Объект и субъект СО. Принципы, функции СО. СО и журналистика, СО и реклама, СО и паблисити, СО и менеджмент, СО и маркетинг, СО и пропаганда.	Знать: - понятие, структуру общественных отношений в обществе; - основные трактовки и модели паблик рилейшнз; Уметь реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями; Владеть: - навыками проведения исследований общественного мнения; УК-1; УК-11; ОПК-7
2	Тема 2. Развитие СО в органах государственного и муниципального управления РФ	Система органов государственной власти в современной России. Специфика СО в государственном управлении и политике. Управление деятельностью по СО в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование общественной репутации и позитивного имиджа. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях. Особенности медиарилейшнз в сфере политики и государственного управления. Внутрикorporативный менеджмент пресс-служб и служб по СО в государственном управлении. Правовые и этические основы СО в органах государственной власти и управления. СО во взаимодействии государства с	Знать: - различные типы организаций; - основы вербальных и невербальных коммуникаций; Уметь: - анализировать содержание общественного мнения в СМИ; - разрабатывать PR-программу для решения вопросов в области государственного регулирования или выхода из кризисной ситуации; Владеть: - навыками и приемами анализа составляющих коммуникативного процесса конкретного субъекта, интерпретации характера и степени достаточности информационного присутствия данного субъекта в СМИ; УК-1; УК-11; ОПК-7

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Результат обучения, формируемые компетенции
		институтами гражданского общества. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.	
3	Тема 3. Задачи и функции служб СО в государственных властных структурах	Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях. Информационный процесс как многоуровневая система. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами. Основные информационные модели. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления. Власть – население: формы работы, обратная связь.	Знать: - основные трактовки и модели публик рилейшнз; Уметь: - организовывать публичные мероприятия, используемые при взаимодействии с различными целевыми аудиториями; - разрабатывать PR-программу для решения вопросов в области государственного регулирования или выхода из кризисной ситуации; Владеть: - навыками подготовки документов для организации массовых мероприятий в органы власти; УК-1; УК-11; ОПК-7
4	Тема 4. Исследование политической обстановки	Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов. Понятие «диагностика». Консультационные PR-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования. Специфика проведения диагностики политической ситуации. Источники информации о политическом объекте. Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта. Консультационные услуги в	Знать: - механизмы организации, планирования и проведения PR-компаний; - основные трактовки и модели публик рилейшнз; Уметь: - применять на практике методы и технологии медиарилейшнз; - анализировать содержание общественного мнения в СМИ; Владеть: - навыками и приемами анализа составляющих коммуникативного процесса конкретного субъекта, интерпретации характера и степени достаточности информационного присутствия

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Результат обучения, формируемые компетенции
		системе антикризисного политического управления. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.	данного субъекта в СМИ; УК-1; УК-11; ОПК-7
5	Тема 5. Имидж государственной власти: технологии и способы продвижения	Понятие «имидж государственной власти». Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик. Алгоритм формирования имиджа государственной власти. Технологии формирования имиджа власти. Имиджевые стратегии. PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности формирования имиджа; - механизмы организации, планирования и проведения PR-компаний; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать публичные мероприятия, используемые при взаимодействии с различными целевыми аудиториями; - разрабатывать план информационной кампании по формированию имиджа органа государственной и муниципальной власти; - составлять прогнозы развития, аналитические записки и отчеты о результатах проведения PR-компаний; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами организации PR-кампании (информационной кампании) в соответствии с задачами органов государственного и муниципального управления; - способами планирования, программирования и организации PR-мероприятий; <p>УК-1; УК-11; ОПК-7</p>
6	Тема 6. Формирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	Структура, специфика функционирования и ведущие направления деятельности государственной службы. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности формирования имиджа; - механизмы организации, планирования и проведения PR-компаний; <p>Уметь:</p>

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Результат обучения, формируемые компетенции
		<p>имиджа государственной службы. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта. Организация специальных мероприятий. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников. Разработка портрета «современного чиновника». Лоббизм и лоббирование.</p>	<p>- организовывать публичные мероприятия, используемые при взаимодействии с различными целевыми аудиториями;</p> <p>- разрабатывать план информационной кампании по формированию имиджа органа государственной и муниципальной власти;</p> <p>составлять прогнозы развития, аналитические записки и отчеты о результатах проведения PR-компаний;</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками составления медиакарты, предоставления интервью, написания пресс-релиза, разработки сценария PR-события;</p> <p>- навыками и приемами анализа составляющих коммуникативного процесса конкретного субъекта, интерпретации характера и степени достаточности информационного присутствия данного субъекта в СМИ;</p> <p>УК-1; УК-11; ОПК-7</p>
7	Тема 7. Технология создания имиджа регионального политика с помощью целевых политических акций	<p>Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации. Основные принципы взаимодействия политических акторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с</p>	<p>Знать:</p> <p>- особенности формирования имиджа;</p> <p>- механизмы организации, планирования и проведения PR-компаний;</p> <p>Уметь:</p> <p>- организовывать публичные мероприятия, используемые при взаимодействии с различными целевыми аудиториями;</p> <p>- анализировать содержание общественного мнения в СМИ;</p> <p>Владеть:</p> <p>- способами планирования, программирования и организации PR-мероприятий;</p> <p>- навыками составления медиакарты, предоставления интервью, написания пресс-</p>

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Результат обучения, формируемые компетенции
		представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами). Методы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.	релиза, разработки сценария PR-события; УК-1; УК-11; ОПК-7
8	Тема 8. Особенности работы служб по СО в государственных органах и политических партиях	Понятие «политическая партия». Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей. Виды общественно-политических организаций. СО в некоммерческом секторе. Организация и проведение фандрейзинговой кампании. Фандрейтинг и спонсоринг как технологии работы с общественностью в некоммерческих организациях.	Знать: - основные трактовки и модели публич рилейшнз; - различные типы организаций; - основы вербальных и невербальных коммуникаций; Уметь: - анализировать содержание общественного мнения в СМИ; - применять на практике методы и технологии медиарилейшнз; - реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями; Владеть: - способами планирования, программирования и организации PR-мероприятий; - приемами организации PR-кампании (информационной кампании) в соответствии с задачами органов государственного и муниципального управления; УК-1; УК-11; ОПК-7
9	Тема 9. Методы мониторинга социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти	Место и роль информационно-аналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь. . Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания. Диагностика	Знать: - механизмы организации, планирования и проведения PR-компаний; Уметь: - реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями; Владеть: - навыками и приемами анализа составляющих

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Результат обучения, формируемые компетенции
		социально-политических процессов. Стратегическое планирование информационной деятельности. Методология и методика проведения мониторинга. Информационно-аналитическое обеспечение процесса государственного управления пресс-службами. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.	коммуникативного процесса конкретного субъекта, интерпретации характера и степени достаточности информационного присутствия данного субъекта в СМИ; УК-1; УК-11; ОПК-7
10	Тема 10. Иные виды PR-работы по взаимодействию между органами власти и населением	Коммуникативная политика государственных органов в отношении общественно-политических организаций. Формирование позитивного и/или негативного имиджа. Моделирование информационного контекста. Политический маркетинг. Основные понятия и категории политического маркетинга. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. Формирование общественной повестки дня.	Знать: - механизмы организации, планирования и проведения PR-компаний; - основные трактовки и модели паблик рилейшнз; Уметь: - организовывать публичные мероприятия, используемые при взаимодействии с различными целевыми аудиториями; Владеть: - способами планирования, программирования и организации PR-мероприятий. УК-1; УК-11; ОПК-7

5. Образовательные технологии

Используемые в процессе изучения дисциплины образовательные технологии представлены в таблице 3.

Таблица 3

Образовательные технологии

Разделы/Темы	Образовательные технологии
Тема 1. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (Связи с общественностью)	Проблемная лекция; проведение студенческих докладов; семинар-дискуссия.
Тема 2. Развитие СО в органах государственного и муниципального управления РФ	Проблемная лекция; семинар-дебаты.
Тема 3. Задачи и функции служб СО в	Лекция-визуализация; проведение

Разделы/Темы	Образовательные технологии
государственных властных структурах	студенческих докладов; семинар- ролевая игра.
Тема 4. Исследование политической обстановки	Лекция-беседа; проведение студенческих докладов; семинар-дискуссия.
Тема 5. Имидж государственной власти: технологии и способы продвижения	Проблемная лекция; семинар-дебаты; активный поиск новой информации в Интернете.
Тема 6. Формирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	Лекция-визуализация; семинар на основе кейс-метода.
Тема 7. Технология создания имиджа регионального политика с помощью целевых политических акций	Проблемная лекция; составление проекта PR-кампании; семинар-пресс-конференция.
Тема 8. Особенности работы служб по СО в государственных органах и политических партиях	Лекция-беседа; семинар- ролевая игра; проведение студенческих докладов.
Тема 9. Методы мониторинга социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти	Лекция-разбор конкретной ситуации; семинар-дискуссия; проведение студенческих докладов;
Тема 10. Иные виды PR-работы по взаимодействию между органами власти и населением	Проблемная лекция; семинар-дискуссия.

Кроме того для реализации программы по заочной форме обучения могут использоваться дистанционные образовательные технологии (онлайн консультации, курсы видеолекций, Интернет-тестирование, удаленная проверка письменных работ, электронные системы учета успеваемости и т.п.).

6. Самостоятельная работа студентов

Таблица 4

Характеристика самостоятельной работы студентов

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы	Часы
1	Тема 1. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (Связи с общественностью)	Проработка лекций; работа с основной и дополнительной литературой для закрепления материала; написание реферата.	4/5/12
2	Тема 2. Развитие СО в органах государственного и муниципального управления РФ	Проработка лекций; работа с основной и дополнительной литературой для закрепления материала; составление пресс-релиза.	4/6/12
3	Тема 3. Задачи и функции служб СО в государственных властных структурах	Проработка лекций; работа с основной и дополнительной литературой для закрепления материала; разработка пресс-релиза.	4/6/8
4	Тема 4. Исследование политической обстановки	Проработка лекций; работа с основной и дополнительной литературой для закрепления материала; подготовка	4/16/8

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы	Часы
		интервью.	
5	Тема 5. Имидж государственной власти: технологии и способы продвижения	Проработка лекций; работа с основной и дополнительной литературой для закрепления материала; Интернет-мониторинг по заданному вопросу.	4/16/8
6	Тема 6. Формирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	Проработка лекций; работа с основной и дополнительной литературой для закрепления материала; подготовка к тестированию.	4/16/8
7	Тема 7. Технология создания имиджа регионального политика с помощью целевых политических акций	Проработка лекций; работа с основной и дополнительной литературой для закрепления материала; разработка проекта PR-кампании.	4/16/8
8	Тема 8. Особенности работы служб по СО в государственных органах и политических партиях	Проработка лекций; работа с основной и дополнительной литературой для закрепления материала; написание реферата.	4/16/8
9	Тема 9. Методы мониторинга социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти	Проработка лекций; работа с основной и дополнительной литературой для закрепления материала; написание реферата.	2/16/8
10	Тема 10. Иные виды PR-работы по взаимодействию между органами власти и населением	Проработка лекций; работа с основной и дополнительной литературой для закрепления материала; подготовка к тестированию.	2/16/8

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Список основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597>
2. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / А. А. Марков. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010808>
3. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400>
4. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1059463>

Дополнительная литература:

1. Бузни, Е. Н. История связей с общественностью : учеб. пособие / Е.Н. Бузни. — 2-е изд. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 224 с. - ISBN 978-5-9558-0347-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/945553>

2. Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью : учебное пособие / А. Ю. Дорский. - СПб : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2019. - 216 с. - ISBN 978-5-288-05937-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1080941>

3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. - ISBN 978-5-9558-0556-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068911>

4. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учебное пособие / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 207 с. - ISBN 978-5-9558-0147-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1062379>

5. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068921>

7.2 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Лицензионные ресурсы:

<http://znanium.com/>

Электронно-библиотечная система образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания.

<http://biblioclub.ru/>

«Университетская библиотека онлайн».

Интернет-библиотека, фонды которой содержат учебники и учебные пособия, периодику, справочники, словари, энциклопедии и другие издания на русском и иностранных языках. Полнотекстовый поиск, работа с каталогом, безлимитный постраничный просмотр изданий, копирование или распечатка текста (постранично), изменение параметров текстовой страницы, создание закладок и комментариев

Интернет-источники:

1. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> «eLibrary.ru». Российская электронная библиотека. Полные тексты зарубежной и отечественной научных периодических изданий

2. <http://www.gumer.info/> Библиотека Гумер - гуманитарные науки. Коллекция книг по социальным и гуманитарным и наукам: истории, культурологии, философии, политологии, литературоведению, языкознанию, журналистике, психологии, педагогике, праву, экономике и т.д.

3. <http://www.public.ru/> «Публичная Библиотека». Интернет-библиотека СМИ. Полные тексты периодических изданий на русском языке (традиционные и электронные СМИ, новостные ленты, блоги).

7.3. Перечень учебно-методических материалов, разработанных ППС кафедры

Кафедрой государственного и муниципального управления разработаны:

- авторские лекционные курсы, читаемые на очных занятиях по Связям с общественностью в органах власти;
- методические материалы, хранящиеся на кафедре.

7.4. Вопросы для самостоятельной подготовки

Темы	Вопросы для самостоятельного изучения
Тема 1. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (Связи с общественностью)	<ul style="list-style-type: none"> • СО и журналистика, СО и реклама, СО и паблисити, СО и менеджмент, СО и маркетинг, СО и пропаганда.
Тема 2. Развитие СО в органах государственного и муниципального управления РФ	<ul style="list-style-type: none"> • Внутрикorporативный менеджмент пресс-служб и служб по СО в государственном управлении. • Правовые и этические основы СО в органах государственной власти и управления. СО во взаимодействии государства с институтами гражданского общества. • Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире. • Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
Тема 3. Задачи и функции служб СО в государственных властных структурах	<ul style="list-style-type: none"> • Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами. • Основные информационные модели. • Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности. • Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан. • Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления. Власть – население: формы работы, обратная связь.
Тема 4. Исследование политической обстановки	<ul style="list-style-type: none"> • Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта. • Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления. • Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смятении социально-политических конфликтов. • Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.
Тема 5. Имидж государственной власти: технологии и способы продвижения	<ul style="list-style-type: none"> • Технологии формирования имиджа власти. Имиджевые стратегии. • PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти. • Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти

Темы	Вопросы для самостоятельного изучения
Тема 6. Формирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR	<ul style="list-style-type: none"> • Организация специальных мероприятий. • Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников. • Разработка портрета «современного чиновника». • Лоббизм и лоббирование.
Тема 7. Технология создания имиджа регионального политика с помощью целевых политических акций	<ul style="list-style-type: none"> • Основные принципы взаимодействия политических акторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами). • Методы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.
Тема 8. Особенности работы служб по СО в государственных органах и политических партиях	<ul style="list-style-type: none"> • Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей. • Виды общественно-политических организаций. СО в некоммерческом секторе. • Организация и проведение фандрейзинговой кампании. Фандрейзинг и спонсоринг как технологии работы с общественностью в некоммерческих организациях.
Тема 9. Методы мониторинга социально-политических процессов информационно-аналитическими отделами органов власти	<ul style="list-style-type: none"> • Диагностика социально-политических процессов. • Стратегическое планирование информационной деятельности. • Методология и методика проведения мониторинга. • Информационно-аналитическое обеспечение процесса государственного управления пресс-службами. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.
Тема 10. Иные виды PR-работы по взаимодействию между органами власти и населением	<ul style="list-style-type: none"> • Основные понятия и категории политического маркетинга. PR в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. • Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями. • Формирование общественной повестки дня. Акцент на повседневных проблемах населения, форс-мажорные обстоятельства, социальные катаклизмы.

7.5. Вопросы для подготовки к зачету с оценкой

1. Общественность в сфере PR. Понятие общественности в ракурсе ситуативного подхода.
2. Принципы и функции PR.
3. PR как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций.
4. Особенности связей с общественностью в государственном управлении и политике.
5. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях.
6. Особенности медиарилейшнз в сфере политики и государственного управления.
7. Правовые и этические основы PR в органах государственной власти и управления.

8. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
9. Политическая кампания: аналитическое и информационное сопровождение.
10. Информационный процесс как многоуровневая система.
11. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
12. Управление информационными процессами в субъектах РФ и муниципальных образованиях.
13. Основные информационные модели.
14. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
15. Власть и население: формы работы, обратная связь.
16. Понятие «имидж государственной власти».
17. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти.
18. Технологии формирования и методы продвижения имиджа власти. Имиджевые стратегии.
19. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.
20. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст.
21. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
22. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников.
23. Лоббизм и лоббирование.
24. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности.
25. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления.
26. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социально-политических конфликтов.
27. Понятие «диагностика». Консультационные PR-агентства. Виды политического консультирования.
28. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
29. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях.
30. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов.
31. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.
32. Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.
33. Основные принципы взаимодействия политических акторов с представителями СМИ.
34. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря.
35. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя.
36. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации.
37. Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров.
38. Место и роль информационно-аналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений.
39. Стратегическое планирование информационной деятельности.
40. Методология и методика проведения мониторинга.
41. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-акции, «утечка информации», политическая и социальная реклама, заказные статьи.

42. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.
43. Моделирование информационного контекста. Политический маркетинг. Основные понятия и категории политического маркетинга.
44. Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями.
45. PR-деятельность государственных агентств.
46. Коммуникационные средства государственных органов.
47. Функции PR-структуры Президента РФ на федеральном уровне.
48. Цели, задачи и функции пресс-секретаря Президента РФ.
49. Функционирование PR-службы на местном уровне.
50. Взаимодействие государственной структуры с целевыми аудиториями и выборными должностными лицами.

7.6. Темы курсовых работ, рефератов.

Курсовая работа не предусмотрена учебным планом

Темы рефератов

- 1) Этапы зарождения PR в США и Европе
- 2) Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.
- 3) История становления PR-деятельности в России
- 4) Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.
- 5) Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
- 6) Технология формирования имиджа государства (региона, федерального субъекта и т.д.).
- 7) Декларация этических принципов PACO.
- 8) Кодекс профессиональных стандартов PRSA.
- 9) Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную и PR-деятельность.
- 10) Технологии построения имиджей.
- 11) Основные теории массовых коммуникаций.
- 12) Концепция формирования партийного брэнда.
- 13) Особенности политической рекламы в печатных изданиях.
- 14) Схема коммуникации К. Шеннона.
- 15) Коммуникация как социальное действие
- 16) Роль социально-коммуникационных революций в развитии общества.
- 17) Особенности политической рекламы на телевидении.
- 18) Основные характеристики и структура медиаплана.
- 19) Государственный PR: современная специфика
- 20) Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
- 21) Развитие служб по связям с общественностью в современной России.
- 22) Технологии политического консультирования
- 23) Структура и функции PR-службы.
- 24) Функции и задачи PR-специалиста.
- 25) Особенности связей с общественностью в государственных структурах.
- 26) Реалии и перспективы развития государственного PR-рынка.
- 27) СМИ как неотъемлемый элемент политических коммуникаций и их манипулятивные возможности.
- 28) Типы политического консультирования.
- 29) Характеристика современного рынка политических консультационных услуг в России.

8. Методические рекомендации по изучению дисциплины

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» ориентирована на формирование у студентов навыков проективно-управленческой деятельности в сфере управления общественными отношениями и связями. Комплексное изучение учебной данной дисциплины предполагает овладение материалами лекций, основной и дополнительной литературой, инициативную работу студентов в ходе проведения семинаров, а также систематическое выполнение заданий для самостоятельной работы студентов.

На лекционных занятиях преподаватель раскрывает наиболее важные и дискуссионные положения дисциплины, фокусирует внимание слушателей на основных проблемах, дает общую структуру материала. В результате лекционных занятий у студентов формируются ориентиры для самостоятельной работы над курсом, для последующего усвоения учебного материала. В конце лекционных занятий могут устраиваться блиц-опросы для оперативного контроля качества усвоения материала.

Студентам необходимо конспектировать содержание лекций и при этом находиться во внутреннем диалоге с педагогом, мысленно соотносить научные знания со своими наблюдениями и мыслями. При конспектировании лекций следует также обращать внимание на сохранение четкой структуры, что сделает понятнее сложные проблемы курса. Составленный конспект лекции должен быть без промедления проработан дома, это сэкономит время и поможет лучше усвоить материал. В случае необходимости дополнить пропущенное при конспектировании на основе учебника и иной литературы, выделить непонятное или недостаточно понятное и сформулировать вопросы, которые можно будет задать преподавателю во время консультаций.

Учебный материал семинаров не дублирует материал, изложенный преподавателем на лекции, но сохраняет тесную связь с его принципиальными положениями. С учетом требований новых образовательных стандартов семинар, как правило, проходит в активных формах разбора конкретной реальной ситуации, дискуссий, дебатов, обсуждения проблем, пресс-конференций и т.п. В ходе таких практических занятий студенту следует активно участвовать в обсуждении темы, высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, задавать вопросы, конструктивно полемизировать, искать точки соприкосновения противоречивых позиций. Все это способствует лучшему усвоению материала дисциплины, развивает гибкость мышления и навыки применения теоретических знаний. Семинарское занятие может начинаться с фронтального опроса в устной форме по заданным вопросам темы. При этом преподаватель выявляет возникшие у студентов трудности при изучении темы, чтобы преодолеть их в ходе последующего коллективного обсуждения.

Семинары, проводимые в форме ролевой, деловой игры требуют более тщательной подготовки. За две недели студенты получают установку на проведение игры. Им сообщается тема и цель занятия, а также тема и цель игровой ситуации, указываются литература и необходимые нормативно-правовые акты для подготовки к занятию. Студентам требуется ознакомиться с этими материалами, изучить сценарий и усвоить порядок проведения игры, подготовить вопросы и свои предложения если таковые возникли.

За несколько дней до игры преподаватель собирает учебную группу и разъясняет студентам цель, задачи, условия, процедуру, время и место проведения, порядок подготовки к ней, особенности предлагаемых ролей, распределяет роли. По предложению слушателей вводятся новые роли, вносятся изменения и дополнения в ситуацию. Не исключается, более того поощряется, самовыдвижение студентов на роли. По завершении деловой игры проводится ее разбор и подведение итогов, которые осуществляют не только преподаватель, но и «эксперты» из числа студентов группы. «Эксперт» рассматривает уровень подготовленности студентов к ролевой игре, кратко анализирует выступления всех участников, отмечая положительные и отрицательные стороны, дает им оценку. «Экспертом» выставляется также оценка учебной группе в целом, она должна быть обоснованна и аргументирована. Остальные эксперты могут согласиться с ней или же высказать свою точку зрения.

Формами текущего контроля знаний студентов на семинарских занятиях могут выступать устные опросы, оценки за рефераты, доклады по Интернет-мониторингу, домашние письменные работы и компьютерное тестирование.

Подготовка к семинару предполагает следующие этапы:

- выделение в еженедельном графике занятий времени для самостоятельной подготовки к дисциплине;
- внимательное ознакомление с планом семинарского занятия по теме и самостоятельное проведение его детальной разбивки для более тщательного и последовательного анализа;
- изучение рекомендованной литературы (начиная от лекций и общих учебных пособий до специальных монографий и научных публикаций, посвященных узким проблемам рассматриваемой темы);
- составление конспекта изученной литературы (основные авторские идеи, оригинальные версии и подходы к решению какой-либо проблемы и т.д.); не может быть глубокого, серьезного изучения работ без их конспектирования, знания понятий и категорий, раскрытых в работе. Студент должен видеть за каждой концепцией и категорией реальные процессы и явления общественной жизни
- определение места темы занятия в общем содержании и учебном плане изучения дисциплины, ее связь с другими темами, продумывание собственного понимания значимости темы, ее важности;
- выявление спорных моментов и продумывание своей точки зрения на них, формулирование подкрепляющих ее аргументы;
- подготовка выступления на семинарском занятии (выступление должно состоять из сделанных предварительных обобщений, иметь свою продуманную структуру, план и быть хронологически выверенным, не превышать более 7-10 минут).

Современная система высшего образования предполагает, что студент самостоятельно осваивает большие объемы учебного материала. Самостоятельно студент изучает отдельные темы и вопросы учебной дисциплины, рекомендуемую научную, учебно-методическую и специальную литературу, первоисточники, конспекты лекций, осуществляет подготовку к лекциям, семинарским занятиям и индивидуальному собеседованию с преподавателем, выполняет тестовые задания, составляет пресс-релизы, вырабатывает проекты PR-кампаний, готовит интервью, доклады к семинарским занятиям, рецензии на отдельные статьи или книги, рефераты, изготавливает презентации, проводит мониторинг Интернет-ресурсов по заданному вопросу, готовится к участию в деловых и ролевых играх. Такие виды самостоятельной работы, как составление пресс-релизов, подготовка интервью, разработка PR-компаний и т.д., могут осуществляться либо индивидуально, либо в группах. Вопросы, выносимые на самостоятельную работу, входят в вопросы к зачету и контролируются при его сдаче. При необходимости во время индивидуальных консультаций обучаемый может получить помощь преподавателя по организации самостоятельной работы и написанию письменной работы.

При самостоятельной работе студентам рекомендуется следовать такому алгоритму:

- до начала изучения дисциплины ознакомьтесь с содержанием данной Рабочей программы;
- перед каждой лекцией прочтите ее название и попытайтесь уяснить содержание;
- во время самоподготовки прочтите конспект прослушанной лекции и разделы учебника,
- внимательно изучите рекомендованную литературу и кратко законспектируйте прочитанный материал;
- расскажите свое понимание темы, основные понятия, принципы и категории предмета;
- попытайтесь выявить дискуссионные и непонятные вопросы;
- ответьте на вопросы для самопроверки.

Особое внимание следует уделить изучению понятий и терминов данной дисциплины, т.к. это не только создает необходимый каркас для усвоения новых знаний, но и содействует формированию способности логического мышления, приучает мыслить абстракциями. Знание основных терминов и понятий может проверяться преподавателем во время специальных диктантов.

Оперативный контроль знаний студентов проводится с целью определения качества усвоения лекций и осуществляется в виде письменных блиц-опросов (1-2 вопроса в конце занятия) по только что прочитанному материалу. Текущий контроль проводится в форме тестирования после завершения изучения каждого крупного модуля курса. В качестве промежуточного контроля знаний студентов учебным планом предусмотрен зачет, который проводится по материалу всего курса по представленным в Рабочей программе вопросам. Для подготовки к зачету студентам необходимо изучить конспект лекций, рекомендованную учебную литературу и материалы, которые обсуждались на семинарских занятиях.

При подготовке к зачету:

- внимательно прочтите вопросы к зачету;
- распределите темы по блокам и дням;
- отведите больше времени вопросам трудным для вас;
- уловите смысл и логику материала, выделите ключевые моменты;
- составьте и запишите план ответа на каждый вопрос;
- проговорите основные положения ответа вслух;
- если есть возможность, обговорите ответы с однокурсниками.

Помните, что ответ должен быть развернутым, аргументированным и содержать термины данной дисциплины.

При изучении каждой темы курса Связи с общественностью в органах власти студентам необходимо усвоить следующие основные понятия: аккредитация, анализ конкурентов, анализ эффективности рекламы, анкетирование, аудитория (целевая), бизнес для бизнеса (B2B), благотворительность, бриф, брифинг, буклет, бэкграундер, бюджет, внутренние общественные связи, газета, годовой отчет, горячая линия, гратис, имидж, интервью, интервью в СМИ, информационное агентство, информационное сообщение, информационный пакет, информационный повод, кейс-стори, коммуникация, конкурс для потребителей, контент (content), корпоративная миссия, корпоративный имидж, креатив, лоббирование, лоббизм, маркетинг, маркетинговый PR, модератор, мониторинг/анализ прессы, ньюсмейкер (newsmaker), обзорные статьи (round-up article), опрос, паблик рилейшнз (public relations), паблисити, перепозиционирование, периодическое издание, презентация, пресс-кит (press kit), пресс-клиппинг, пресс-конференция, проспект, пресс-релиз, пресс-тур, пресс-памятка, районная газета, связи с общественностью, семинар, социальный маркетинг, спичрайтер, спонсорство, средства массовой информации, тактический PR, стратегический PR.

Вопросы для самопроверки:

- 1) Дайте определение понятия «public relations».
- 2) Что является объектом PR?
- 3) Перечислите сферы применения PR.
- 4) Назовите два основных направления в регулировании PR.
- 5) Как соотносятся понятия «реклама» и «PR»?
- 6) Как соотносятся понятия «маркетинг» и «PR»?
- 7) Как формируется общественное мнение?
- 8) Что в переводе с английского означает термин «lobby»?
- 9) Охарактеризуйте альтруистический подход к определению понятия PR.
- 10) Как называется фактор, показывающий в какой мере люди ощущают изменения в ситуации, осознавая потребность в информации?
- 11) Когда появился термин «общественное мнение»?

- 12) Какой из основных подходов PR делает упор на удовлетворение конкретных потребностей с учетом интересов общественности?
- 13) От чего зависит эффективность коммуникаций в PR?
- 14) Согласны ли вы, что управление общественными связями представляет собой деятельность по формированию общественного мнения и управлению им?
- 15) Основным недостатком какого отбора является невозможность качественной репрезентации генеральной совокупности?
- 16) Какие методы использует PR-специалист при составлении рекламных проектов?
- 17) Имеет ли отношение к PR понятие «социально ответственный бизнес»?
- 18) Кто такие «лидеры общественного мнения»?
- 19) Что должен использовать PR-специалист анализируя общественное мнение?
- 20) Как называется вид анкетирования, когда опросы проводятся по месту жительства, покупке товаров, полученных услуг?
- 21) Перечислите особенности формирования российского PR-рынка.
- 22) Перечислите основные задачи PR-агентств и организаций.
- 23) Назовите функции PR-специалиста, пресс-секретаря и журналиста.
- 24) Согласно какому подходу PR определяется как умение управлять с помощью общения, которое представляется в качестве товара?
- 25) Какая типовая композиция рекламы используется, если необходимо получить «кредит доверия» у Клиента?
- 26) В чем заключается главная задача фокус-групп?
- 27) Назовите основные функции PR в органах власти?
- 28) Как быстро необходимо PR-службе давать опровержение несправедливому обвинению организации?
- 29) Какой эффект сильнее: эффект первичности или эффект недавности?
- 30) Как называется образ организации, ее персонала и деятельности в представлении различных групп общественности?
- 31) Чем характеризуется двусторонняя симметричная модель PR-коммуникации?

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Требования к аудиториям (лабораториям, помещениям, кабинетам) для проведения занятий с указанием соответствующего оснащения:

- Лекционные аудитории должны быть оснащены персональным компьютером, мультимедиа-проектором и экраном, стеклоэмалевой (маркерной) доской или интерактивной доской.
- Аудитории, предназначенные для проведения практических занятий, должны быть оборудованы персональным компьютером, интерактивной доской, акустической системой для использования аудио-видеоматериалов и демонстрации презентаций к докладам и сообщениям.
- Для проведения определенных занятий, например, самостоятельной работы студентов в присутствии преподавателя, может быть необходим компьютерный класс с выходом в Интернет и образовательную сеть Института.

Требования к программному обеспечению, используемому при изучении учебной дисциплины:

- Для изучения дисциплины используется лицензионное программное обеспечение, в том числе:
 - - Консультант Плюс;
 - - Microsoft PowerPoint 2013 (в составе пакета Microsoft Office Professional 2013);
 - -Microsoft Word 2013 (в составе пакета Microsoft Office Professional 2013);
 - - Интернет-навигаторы.

10. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

11. Согласование и утверждение рабочей программы дисциплины

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1016 от 13 августа 2020 года (зарегистрирован в Минюсте России 27 августа 2020 г. № 59497), учебным планом института по тому же направлению, утвержденным ученым советом Института.

Автор программы -

Боброва Д.Н., к.соц.н., доцент кафедры

государственного, муниципального управления и права

(Ф.И.О., учёная степень, учёное звание, должность)

Дата

Подпись

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры государственного, муниципального управления и права (протокол № 3 от 26 февраля 2021г.).

Зав. кафедрой _____

Декан факультета _____
(подпись)

Пресс И.А.
(Фамилия и инициалы)

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной
работе

(подпись)

Тихон М.Э.
(Ф.И.О.)

(дата)