

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет экономики и управления

Кафедра Государственного, муниципального управления и политики

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Лавров А.Ю.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ОД.13.Связи с общественностью

на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 38.03.04 – Государственное и
муниципальное управление

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Государственное и муниципальное управление (для набора 2020)

Форма обучения очная, заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

сформировать целостную систему представлений о сущности и специфике современной теории и практики связей с общественностью в государственных и муниципальных органах власти на современном этапе развития российского государства, учитывающие актуальные теоретические и практические аспекты и проблемы в современном функционировании института Public Relations в структурах государственного и муниципального управления.

Задачи изучения дисциплины:

1. Сформировать у студентов направления «Государственное и муниципальное управление» теоретические представления о сущности общественной коммуникации, дать представление о ее основных элементах и средствах, основных моделях коммуникаций.
2. Дать представление об основных группах общественности, средствах маркетинговых коммуникаций.
3. Привить практические навыки отношений с государством и местной общественностью.
4. Развить коммуникативные навыки, аналитическое, мышление и организаторские способности.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Связи с общественностью» включена в вариативную часть учебных дисциплин (Б1.В.ОД.13). Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе изучения дисциплин: Политология, Политическая система; Социология, Методы принятия управленческих решений, деловые коммуникации; Теория управления, Основы управления персоналом, Система государственного и муниципального управления. Данную учебную дисциплину дополняет последующее или параллельное освоение следующих дисциплин: Маркетинг территорий, Этика государственной и муниципальной службы, Управленческое консультирование.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	
	7 семестр	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	36	36
лекционные (ЛК)	18	18
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	18	18
лабораторные (ЛР)	72	72

Самостоятельная работа студентов (СРС)	0	0
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	
	9 семестр	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	10	10
лекционные (ЛК)	4	4
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	6	6
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	98	98
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ОПК-4	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
ПК-9	способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации

ПК-10	способность к взаимодействиям в ходе служебной деятельности в соответствии с этическими требованиями к служебному поведению
ПК-11	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	<p>Пороговый:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) основы вербальных и невербальных коммуникаций; (ОПК-4) 2) виды и классификации коммуникаций (ПК-9) 3) кодексы профессиональных стандартов (ПК-10) 4) механизмы организации, планирования и проведения пиар-компаний (ПК-11)
	<p>Стандартный:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) основы построения системы управления общественными отношениями и направления взаимодействия участников общественных коммуникаций (ОПК-4) 2) виды деятельности по связям с общественностью (ПК-9) 3) виды рабочих мероприятий и документов по связям с общественностью (ПК-10) 4) принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом (ПК-11)
	<p>Эталонный:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) специфику, тенденции и механизмы PR-деятельности в органах государственной и местной власти (ОПК-4) 2) модели связей с общественностью (ПК-9) 3) организацию работы департаментов по связям с общественностью в органах власти (ПК-10) 4) способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения (ПК-11)

Уметь	<p>Пороговый:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) анализировать текст и информацию (ОПК-4) 2) формулировать требования по разработке элементов пиар-компаний (ПК-9) 3) применять этические требования к служебному поведению государственных и муниципальных служащих (ПК-10) 4) использовать разнообразные виды деятельности по связям с общественностью (ПК-11)
	<p>Стандартный:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) составлять текст публичного выступления, осуществлять переписку, в том числе электронную (ОПК-4) 2) ставить цели и разрабатывать пиар-программу для решения вопросов в области государственного регулирования (ПК-9) 3) анализировать общественное мнение (ПК-10) 4) анализировать эффективность деятельности по связям с общественностью на государственном уровне (ПК-11)
	<p>Эталонный:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) определять целевую аудиторию и способы взаимодействия с ней (ОПК-4) 2) реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями (ПК-9) 3) собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство (ПК-10) 4) составлять прогнозы развития, аналитические записки и отчеты о результатах проведения пиар-компаний (ПК-11)
Владеть	<p>Пороговый:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) навыком публичного выступления и ответов на вопросы (ОПК-4) 2) коммуникативными навыками (ПК-9) 3) способами этического поведения (ПК-10) 4) основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы (ПК-11)
	<p>Стандартный:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) методиками анализа текстов (ОПК-4) 2) способами концептуального анализа современных коммуникационных процессов институтов и органов государственной и местной власти (ПК-9) 3) навыками планирования, программирования и организации пиар-мероприятий, не нарушая норм служебной этики (ПК-10) 4) технологиями анализа эффективности имиджа государственного или муниципального органа власти (ПК-11)

<p>Эталонный:</p> <p>1) навыками взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с различными общественными институтами, гражданами (ОПК-4)</p> <p>2) навыками выстраивания эффективной коммуникации с целевой аудиторией (ПК-9)</p> <p>3) практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью (ПК-10)</p> <p>4) технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей (ПК-11)</p>

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1.1	Связи с общественностью (PR) как социальный феномен. Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR	10	2	2		6
2	2.1	Общественность в сфере управления общественными отношениями. Основы коммуникации в связях с общественностью	12	2	2		8
3	3.1	Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления	12	2	2		8
4	4.1	Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	14	2	2		10
5	5.1	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления. Пресс-службы: структура и функции.	12	2	2		8
6	6.1	Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Управление имиджем и репутацией. Планирование и проведение общественных кампаний	12	2	2		8
7	7.1	Коммуникативный подход к власти. Связи с общественностью в политической сфере.	12	2	2		8

8	8.1	Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении.	12	2	2		8
9	9.1	Определение эффективности PR	12	2	2		8
Итого			108	18	18	0	72

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1.1	Связи с общественностью (PR) как социальный феномен. Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR	12	2			10
2	2.1	Общественность в сфере управления общественными отношениями. Основы коммуникации в связях с общественностью	10				10
3	3.1	Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления	14	2			12
4	4.1	Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	12		2		10
5	5.1	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления. Пресс-службы: структура и функции.	14		2		12
6	6.1	Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Управление имиджем и репутацией. Планирование и проведение общественных кампаний	14		2		12
7	7.1	Коммуникативный подход к власти. Связи с общественностью в политической сфере.	12				12
8	8.1	Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении.	10				10
9	9.1	Определение эффективности PR	10				10
Итого			108	4	6	0	98

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1.1	<p>Связи с общественностью (PR) как социальный феномен. Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR. Предмет и объект учебной дисциплины. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «коммуникация». Основные подходы к пониманию сущности PR. PR как искусство и наука, технология управления. Основные подходы к классификации функций PR. Сферы функционирования связей с общественностью. Принципы и этические проблемы PR. PR и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, лоббирование, advocacy, publicity.): сходства и отличия. Современные дискуссии о соотношении маркетинга и PR. Различие понятий “public relations”, “public affairs», “business communications». Дж. Грюниг о четырех моделях PR-коммуникаций: пресс-посредническая, информирование общественности, двухсторонняя асимметричная коммуникация, двухсторонняя симметричная коммуникация. Модифицированная модель Грюнига – Дрозье. Ранние исторические формы коммуникаций. Зарождение политического, государственного и коммерческого PR. PR эпохи средневековья и Нового времени. Институционализация PR в начале XX в. Американский опыт развития PR. Вклад Айви Ли, Э. Бернайза, У. Липпманна в развитие теории и практики PR. Развитие государственного PR в США. Роль Л. Бакстера, К. Уайтекера, Л. Гова, Т. Ривса в развитие политического PR и политического консультирования. Развитие национальных школ по связям с общественностью в Европе. Становление российского рынка PR-услуг в России. Российские центры политического консультирования. Современные тенденции развития PR. Национальные, региональные и международная ассоциации по связи с общественностью и их разработке этических профессиональных стандартов и популяризации PR. Международная ассоциация советников по политическим кампаниям.</p>

2	2.1	<p>Общественность в сфере управления общественными отношениями. Основы коммуникации в связях с общественностью. Понятия общественности и аудитории, группы интересов. Ситуационная теория общественности Дж.Грюнига. Виды общественности в зависимости от характера коммуникационного поведения. Активная общественность. Определение ключевых групп общественности и целевых аудиторий. Внутренняя и внешняя общественность. Типология групп общественности. Психологические подходы к типологизации групп общественности. Принципы выделения приоритетной общественности и целевых аудиторий. Журналисты и лидеры общественного мнения как ключевые аудитории. Определение коммуникации. Источники коммуникации. Цель коммуникации. Простейшая модель коммуникации. Главные компоненты коммуникации: содержание сообщения (послания), средство (канал) передачи сообщения (СМИ и естественная коммуникация). Кодирование/декодирование сообщения. Технологии кодирования информации в PR-практике. Виды шумов и барьеров. Устранение шумов и обеспечение обратной связи как направления PR- деятельности. Механизм воздействия коммуникационного потока на поведение целевых групп. Факторы, определяющие эффективность PR-коммуникаций. Типология коммуникаций. Особенности использования различных видов коммуникации в PR: сильные и слабые стороны использования каждого вида средств коммуникаций в PR-кампаниях: печатные СМИ, телевидение и радио, телефон и сотовая связь, Интернет. Теории распространения информации в обществе: воздействие через лидеров общественного мнения; диффузная теория Э. Роджерса и др.</p>
3	3.1	<p>Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления. Государственная и муниципальная службы как открытая система. Понятия «открытость» и «транспетентность». Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Отличия управления общественными отношениями в органах власти по целям, критериям эффективности, ресурсам от управления общественными отношениями в коммерческом секторе. Целевые аудитории органов власти. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. Исторические модели связей с общественностью в органах государственной власти. Задачи PR-служб в контексте административной и политической реформы в России. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.</p>

4	4.1	<p>Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления Роль информации в государственном управлении. Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. Органы исполнительной власти, осуществляющие информационную политику на федеральном и региональном уровне. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ. Право общества на получение информации. Защита информации в управлении связями с общественностью. Проблемы становления информационной политики в РФ. Техническое обеспечение информационного процесса. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти. Интернет-порталы органов государственной власти и местного самоуправления. Формирование аудитории представителей СМИ. Аккредитация журналистов при органах власти. Работа с информационными агентствами. Мониторинг в управлении информационной политикой. Критерии и оценки эффективности в сфере информационной деятельности органов власти и местного самоуправления.</p>
5	5.1	<p>Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления. Пресс-службы: структура и функции. Психологические средства коммуникации. Каналы распространения информации. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти. Мониторинг СМИ. Организация и проведение мероприятий для СМИ. Организация и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров. Специальные мероприятия в практике политического PR. Организационная структура пресс-служб в органах власти. Задачи и функции пресс-служб. Пресс-клиппинг. Роль пресс-секретаря в организации связи с общественностью. Функциональные обязанности и индивидуальный стиль, правила профессионального поведения пресс-секретаря. Служба спичрайтеров. Формализация информации и ее систематизация в базе данных. Подготовка и распространение информации. Мониторинг СМИ и отслеживание обратной связи. База данных целевых СМИ. Правила поведения и общения с представителями СМИ. Основные формы работы со СМИ. Понятие информационного повода. Информационный доклад, политическое заявление, обращение, официальный ответ, комментарий, коммюнике, пресс-релиз, пресс-бюллетень. брифинг, пресс-конференция, пресс-туры, пресс-пулы, «круглый стол». Особенности PR-текстов и общие правила их подготовки. Подготовка публичных выступлений руководителя и культура их проведения. Выступления на радио и телевидении. Интервью в целях PR: интервью-мнение, интервью-беседа, интервью-воспоминание, PR-интервью, заочное и виртуальное интервью. Инициирование публикаций. Планирование деятельности пресс-службы и оценка эффективности ее деятельности.</p>

6	6.1	<p>Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Управление имиджем и репутацией. Планирование и проведение общественных кампаний. Стратегический потенциал PR. Модель стратегического PR-менеджмента Грюнига и Реппера. Модель RACE. Планирование PR-деятельности. Определение проблем. Методы ситуационного анализа в PR-практике. Планирование и программирование PR-программы: Определение целей. Выделение целевых аудиторий. Планирование мер и тактики реализации PR-программы. Планирование бюджета программы, инвентаризация наличных ресурсов. Информационное, организационное и материально-техническое обеспечение программы. Исполнение PR-программы. Этапы и уровни оценки реализации PR-программы. Критерии и методы оценка эффективности PR-деятельности. Основные технологии реализации PR-программы. Виды и формы специальных событий и мероприятий и их организация специальных мероприятий. Технологии проведения конкурсов, присуждений премий, награждений, поздравлений. Технологии создания и усиления новости. Производство смысловых и повествовательных новостей. Приемы торможения и ускорения новостей. Технологии лоббирования в сфере государственного власти и местного самоуправления. Содержание понятия «имидж». Соотношение понятий «имидж» и «репутация», «имидж» и «образ», «имидж» и «стереотип». Брэнд-имидж. Функции и свойства имиджа. Основные типологии имиджа. Задачи, проблемы и составляющие формирования имиджа органов власти и управления, технологии его формирования. Стратегии защиты репутации и имиджа органа власти. Структура и слагаемые персонального имиджа лидера. Основные факторы влияния на восприятия имиджа. Этнопсихологические особенности формирования имиджа. Алгоритм формирования имиджа. Технологии продвижения и защиты имиджа политика. Слагаемые имиджа и репутации региона, муниципального образования. Стратегии их формирования. Имидж государства и его влияние на экономическое развитие и геополитическое положение страны. Понятия «международный имидж», «внешнеполитический имидж», «имидж страны». Объекты имиджа. Международный имидж России: стратегия формирования.</p>
7	7.1	<p>Коммуникативный подход к власти. Связи с общественностью в политической сфере. Системное программирование деятельности служб PR в органах государственной власти. Цели и задачи работ по управлению общественными отношениями в органах местного самоуправления. «Лестница общественного участия». Особенности общественных отношений на малых и «замкнутых» территориях. Формы работы: метод «Жюри граждан». Связи с местным населением. Специфика PR в предвыборной кампании. Предвыборная работа с элитами. Предвыборная работа с электоратом. Сравнение эффективности предвыборных действий. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях. Правовое обеспечение выборов. Порядок организации работы.</p>

8	8.1	<p>Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении. Кризисная ситуация. Понятие «кризис», этапы его развития. Типология кризисов. Особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Разработка программ реагирования на кризис. Аудит рисков. Составные части антикризисной PR-программы. Команды кризисного реагирования. Планирование коммуникационного процесса на случай возникновения кризиса. Особенности управления информацией во время кризисов. Работа с целевыми аудиториями в условия чрезвычайного происшествия. Нейтрализация слухов и недостоверной информации. Организация работы кризисного информационного центра. Правила поведения должностных лиц в условиях кризиса. Работа с последствиями кризиса.</p>
9	9.1	<p>Определение эффективности PR Причины сложности в оценке эффективности: эффект, эффективность. Виды эффективности: как отношение затрат к полученным результатам, как отношение результата к преследовавшимся целям, как отношение целей к реальным потребностям, проблемам. Уровни анализа эффективности: мероприятие, организация, общество. Параметры, используемые при оценке эффективности. Соотношение компонентов социальной среды (адресаты PR, общественность) и критериев эффективности PR.</p>

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
--------	---------------	-------------------------------

1	1.1	<p>Связи с общественностью (PR) как социальный феномен. Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR. Предмет и объект учебной дисциплины. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «коммуникация». Основные подходы к пониманию сущности PR. PR как искусство и наука, технология управления. Основные подходы к классификации функций PR. Сферы функционирования связей с общественностью. Принципы и этические проблемы PR. PR и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, лоббирование, advocacy, publicity.): сходства и отличия. Современные дискуссии о соотношении маркетинга и PR. Различие понятий “public relations”, “public affairs», “business communications». Дж. Грюниг о четырех моделях PR-коммуникаций: пресс-посредническая, информирование общественности, двухсторонняя асимметричная коммуникация, двухсторонняя симметричная коммуникация. Модифицированная модель Грюнига – Дрозье. Ранние исторические формы коммуникаций. Зарождение политического, государственного и коммерческого PR. PR эпохи средневековья и Нового времени. Институционализация PR в начале XX в. Американский опыт развития PR. Вклад Айви Ли, Э. Бернайза, У. Липпманна в развитие теории и практики PR. Развитие государственного PR в США. Роль Л. Бакстера, К. Уайтекера, Л. Гова, Т. Ривса в развитие политического PR и политического консультирования. Развитие национальных школ по связям с общественностью в Европе. Становление российского рынка PR-услуг в России. Российские центры политического консультирования. Современные тенденции развития PR. Национальные, региональные и международная ассоциации по связи с общественностью и их разработке этических профессиональных стандартов и популяризации PR. Международная ассоциация советников по политическим кампаниям.</p>
3	3.1	<p>Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления. Государственная и муниципальная службы как открытая система. Понятия «открытость» и «транспетентность». Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Отличия управления общественными отношениями в органах власти по целям, критериям эффективности, ресурсам от управления общественными отношениями в коммерческом секторе. Целевые аудитории органов власти. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. Исторические модели связей с общественностью в органах государственной власти. Задачи PR-служб в контексте административной и политической реформы в России. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.</p>

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1.1	<p>Связи с общественностью (PR) как социальный феномен. Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR. Основные подходы к пониманию сущности PR. PR и другие виды коммуникативной деятельности сходства и отличия. Функций PR. Исторические модели PR-коммуникаций. Самостоятельная работа на семинарском занятии: Заполнить таблицу, отражающей различия по содержанию и форме реализации следующих практических моделей PR-коммуникаций: пресс-посредническая, информирование общественности, двухсторонняя асимметричная коммуникация, двухсторонняя симметричная коммуникация.</p>
2	2.1	<p>Общественность в сфере управления общественными отношениями. Основы коммуникации в связях с общественностью Ситуационная теория общественности Дж.Грюнига. Как необщественность превращается в общественность? Типология групп общественности. Ключевые группы общественности. Психологический подход в определении групп общественности. Задание: Выделить группы общественности коммерческой организации, некоммерческой организации; туристической фирмы, любой организации города или края.</p>
3	3.1	<p>Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления. Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Цели и задачи. Исторические модели связей с общественностью в органах государственной власти. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровня и органах местного самоуправления. Ресурсы и статус PR-служб. Самостоятельная работа на семинарском занятии: Заполнить таблицу, отражающую различия института связей с общественностью в сфере государственного и муниципального управления и в коммерческом секторе.</p>
4	4.1	<p>Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления. 1. Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. 2. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ. Защита информации в управлении связями с общественностью. 3. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти. 4. Групповая дискуссия «Возможности и ограничения Интернет-ресурс для PR-деятельности органов власти».</p>

5	5.1	<p>Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления. Пресс-службы: структура и функции. Психологические средства коммуникации. Каналы распространения информации. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти. Организационная структура пресс-служб в органах власти. Задачи и функции пресс-служб. Пресс-клиппинг. Роль пресс-секретаря в организации связи с общественностью. Функциональные обязанности и индивидуальный стиль, правила профессионального поведения пресс-секретаря. Служба спич-райтеров. Подготовка публичных выступлений руководителя и культура их проведения. Выступления на радио и телевидении. Интервью в целях PR: интервью-мнение, интервью-беседа, интервью-воспоминание, PR-интервью, заочное и виртуальное интервью. Инициирование публикаций. Планирование деятельности пресс-службы и оценка эффективности ее деятельности. Деловая игра «Пресс-службы»</p>
6	6.1	<p>Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Управление имиджем и репутацией. Планирование и проведение общественных кампаний. 1 подгруппа - Стратегическое планирование PR-деятельности 1. Модель стратегического PR-менеджмента Грюнига и Реппера. Модель RACE. 2. Деловая игра «SWOT-анализ условий PR-деятельности органа государственной власти региона». 4. Технологии организации специальных мероприятий. 5. Менеджмент новостей. 2 подгруппа – Управление имиджем и репутацией 1. Соотношение понятий «имидж» и «репутация», «имидж» и «образ», «имидж» и «стереотип». 2. Функции и свойства имиджа. 3. Основные типологии имиджа. 4. Кейс-задание «Формирование и продвижение имиджа органа государственной власти региона». 5. Разбор конкретных примеров формирования имиджей политических лидеров (кейсы).</p>
7	7.1	<p>Коммуникативный подход к власти. Связи с общественностью в политической сфере. 1. Виды и формы общественных кампаний. 2. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората. 3. Основные технологии формирования политических предпочтений избирателя. 4. Разбор конкретных примеров реализации предвыборных стратегий политическими партиями (кейсы). Задание: Сравнение эффективности предвыборных действий. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.</p>
8	8.1	<p>Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении. Типология кризиса. Понятие «правительственный кризис». Составные части антикризисной PR-программы. Организация работы кризисного информационного центра.</p>

9	9.1	Определение эффективности PR. Уровни анализа эффективности: мероприятие, организация, общество. Параметры, используемые при оценке эффективности. Соотношение компонентов социальной среды (адресаты PR, общественность) и критериев эффективности PR.
---	-----	--

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
4	4.1	Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления. 1. Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. 2. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ. Защита информации в управлении связями с общественностью. 3. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти. 4. Групповая дискуссия «Возможности и ограничения Интернет-ресурс для PR-деятельности органов власти».
5	5.1	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления. Пресс-службы: структура и функции. Психологические средства коммуникации. Каналы распространения информации. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти. Организационная структура пресс-служб в органах власти. Задачи и функции пресс-служб. Пресс-клиппинг. Роль пресс-секретаря в организации связи с общественностью. Функциональные обязанности и индивидуальный стиль, правила профессионального поведения пресс-секретаря. Служба спич-райтеров. Подготовка публичных выступлений руководителя и культура их проведения. Выступления на радио и телевидении. Интервью в целях PR: интервью-мнение, интервью-беседа, интервью-воспоминание, PR-интервью, заочное и виртуальное интервью. Инициирование публикаций. Планирование деятельности пресс-службы и оценка эффективности ее деятельности. Деловая игра «Пресс-службы»

6	6.1	<p>Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Управление имиджем и репутацией. Планирование и проведение общественных кампаний. 1. Модель стратегического PR-менеджмента Грюнига и Реппера. Модель RACE. 2. Стратегическое планирование PR-деятельности. 3. Деловая игра «SWOT-анализ условий PR-деятельности органа государственной власти региона». 4. Технологии организации специальных мероприятий. 5. Менеджмент новостей. Управление имиджем и репутацией 1. Соотношение понятий «имидж» и «репутация», «имидж» и «образ», «имидж» и «стереотип». 2. Функции и свойства имиджа. 3. Основные типологии имиджа. 4. Кейс-задание «Формирование и продвижение имиджа органа государственной власти региона». 5. Разбор конкретных примеров формирования имиджей политических лидеров (кейсы).</p>
---	-----	---

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1.1	Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR	Анализ учебной литературы, подготовка докладов, составление опорного конспекта
2	2.1	Основы коммуникации в связях с общественностью	Подготовка докладов, подготовка кейс-задания
3	3.1	Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления.	Подготовка докладов, заполнение таблицы
4	4.1	Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ. Защита информации в управлении связями с общественностью.	Подготовка докладов, подготовка к дискуссии
5	5.1	Планирование деятельности пресс-службы и оценка эффективности ее деятельности.	Сбор материала, анализ интернет-источников, подготовка к деловой игре
6	6.1	Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Управление имиджем и репутацией. Планирование и проведение общественных кампаний	Подготовка докладов и презентаций, анализ источников

7	7.1	Коммуникативный подход к власти. Связи с общественностью в политической сфере.	Работа с электронными ресурсами, подготовка презентаций и докладов
8	8.1	Составные части антикризисной PR-программы	Составление программы работы кризисного информационного центра, анализ источников
9	9.1	Уровни анализа эффективности: мероприятие, организация, общество.	Подготовка докладов и презентаций.

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1.1	Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR	Анализ учебной литературы, подготовка к тестированию, поиск материала для выполнения реферата.
2	2.1	Основы коммуникации в связях с общественностью	Анализ учебной литературы, подготовка к тестированию, поиск материала для выполнения реферата.
3	3.1	Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления.	Анализ учебной литературы, подготовка к тестированию, поиск материала для выполнения реферата.
4	4.1	Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ. Защита информации в управлении связями с общественностью.	Подготовка докладов, подготовка к дискуссии.
5	5.1	Планирование деятельности пресслужбы и оценка эффективности ее деятельности.	Сбор материала, анализ интернет-источников, подготовка к деловой игре
6	6.1	Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Управление имиджем и репутацией. Планирование и проведение общественных кампаний	Работа с электронными ресурсами, подготовка презентаций.
7	7.1	Коммуникативный подход к власти. Связи с общественностью в политической сфере.	Анализ учебной литературы, подготовка к тестированию, поиск материала для выполнения реферата.

8	8.1	Составные части антикризисной PR-программы	Анализ учебной литературы, подготовка к тестированию, поиск материала для выполнения реферата.
9	9.1	Уровни анализа эффективности: мероприятие, организация, общество.	Анализ учебной литературы, подготовка к тестированию, поиск материала для выполнения реферата.

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1.1	ЛК, ПЗ, СРС	Лекции с использованием презентаций, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии учебно- исследовательской деятельности	4
2	2.1	ЛК, ПЗ, СРС	Лекции с использованием презентаций, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии учебно- исследовательской деятельности	4
3	3.1	ЛК, ПЗ, СРС	Лекции с использованием презентаций, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии учебно- исследовательской деятельности	4
4	4.1	ЛК, ПЗ, СРС	Лекции с использованием презентаций, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии учебно- исследовательской деятельности, учебная дискуссия, решение ситуационных задач, работа с кейсами.	4
5	5.1	ЛК, ПЗ, СРС	Лекции с использованием презентаций, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии учебно- исследовательской деятельности, учебная дискуссия, решение ситуационных задач, работа с кейсами.	4
6	6.1	ЛК, ПЗ, СРС	Лекции с использованием презентаций, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии учебно- исследовательской деятельности, учебная дискуссия, решение ситуационных задач, работа с кейсами.	4
7	7.1	ЛК, ПЗ, СРС	Лекции с использованием презентаций, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии учебно- исследовательской деятельности	4

8	8.1	ЛК, ПЗ, СРС	Лекции с использованием презентаций, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии учебно- исследовательской деятельности	4
9	9.1	ЛК, ПЗ, СРС	Лекции с использованием презентаций, работа с электронными образовательными ресурсами, технологии учебно- исследовательской деятельности	4

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Папкина О.В. Связи с общественностью : учеб. пособие - Москва: Академия, 2010. - 112 с.
2. Федулов Ю.К. Управление общественными отношениями: учеб. пособие - Москва: Вузовский учебник, 2010. – 153 с.
3. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии: учебник - 3-е изд., испр. и перераб. - Москва: Аспект Пресс, 2009. – 302 с

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Васильева М.М. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата - 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. Ссылка на ресурс: <https://www.biblio-online.ru/book/3A53890D-0B5A-4BAA-B214-9EEF9B182C8B>
2. Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры - Москва.: Издательство Юрайт, 2017. — 267 с. Ссылка на ресурс: <https://www.biblio-online.ru/book/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1>
3. Фадеева Е. Н., Сафронов А.В., Красильникова М.А. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата - Москва: Издательство Юрайт, 2017. — 263 с. Ссылка на ресурс: <https://www.biblio-online.ru/book/09F0A4F7-A8CB-430B-BE4E-C92C2C63127B>

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Почакаев Р. Ю. История связей с общественностью: учеб. пособие для академического бакалавриата - 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2017. — 223 с. Ссылка на ресурс: <https://www.biblio-online.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B>
2. Ачкасов В.А. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического - 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2017. — 350 с. Ссылка на ресурс: <https://www.biblio-online.ru/book/86E23D80-C0C6-4597-9A2F-46E7530CDA58>
3. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учеб. пособие для

академического бакалавриата - 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. Ссылка на ресурс: <https://www.biblio-online.ru/book/463D79D1-24A2-40AE-8D02-BC0595D90A1D>

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

<https://e.lanbook.com/> Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань».
<https://www.biblio-online.ru/> Электронно-библиотечная система «Юрайт»
<http://www.studentlibrary.ru/> Электронно-библиотечная система «Консультант студента»
<http://www.trmost.com/> Электронно-библиотечная система «Троицкий мост»
<http://www.edu.ru> Федеральный портал «Российское образование»
<http://law.edu.ru/> Федеральный правовой портал «Юридическая Россия»
<http://ecsocman.hse.ru/> Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
<http://www.cfin.ru> Корпоративный менеджмент
<http://marketing.spb.ru/read.htm> Энциклопедия маркетинга
<http://eup.ru/Catalog/All-All.asp> Библиотека экономической и управленческой литературы
<http://www.aup.ru/library/> AUP.Ru - Библиотека экономической и деловой литературы

7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672039, г. Чита, ул. Баргузинская, дом 49а, ауд. 02-105.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы студентов.

Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая. Доска маркерная.

Комплект мобильного оборудования, который организован в виде мобильного передвижного многофункционального комплекса (устанавливается в аудитории по заявке преподавателя): ноутбук, мультимедийный проектор, экран и др.

672039, г. Чита, ул. Баргузинская, 49а, ауд. 02-107.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая. Доска магнитно-маркерная.

Комплект мобильного оборудования, который организован в виде мобильного передвижного многофункционального комплекса (устанавливается в аудитории по заявке преподавателя): ноутбук, мультимедийный проектор, экран и др.

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине Связи с общественностью заключается:

- в поиске, обобщении материала, написании конспектов и составлении тезисов по изучаемым темам дисциплины и вопросам дискуссий. Список вопросов приведен в ФОС в приложении к рабочей программе;
- в выполнении творческих индивидуальных заданий и кейсов с использованием информационных технологий и электронных образовательных ресурсов (задания и кейсы приведены в ФОС в Приложении);
- подготовке к докладам, тестированию, промежуточной аттестации в форме зачета

(вопросы и задания приведены в ФОСе в приложении);

- для обучающихся заочной формы обучения самостоятельно выполняется реферат (темы представлены в ФОСе в приложении).

Студент при самостоятельной подготовке может получить консультацию преподавателя, согласовать с ним конкретный вид организации при выполнении кейсов или индивидуальных творческих заданий.

При подготовке к практическим занятиям следует особое внимание обращать на сайты органов власти и организаций, имеющих пресс-службы, и сайты информационных агентств.

Разработчик/группа разработчиков: Матафонова Юлия Анатольевна, доцент

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 02.09.2020 г. № 1)**