

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 03.06.2022 19:13:58
Уникальный программный ключ:
777029a1882856141bfb9e855f0a3c8b6edae59e

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

**РЕКОМЕНДОВАНО К
УТВЕРЖДЕНИЮ**
Директор филиала ДГТУ в
г.Дербенте И.М.Мейланов,
ИИФ
Подпись _____ ИОФ _____
20.08 2018 г.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
Н.С.Суракатов
Подпись _____ ИОФ _____
24.08 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Б.1.В.ОД.14 Связи с общественностью в органах власти
наименование дисциплины по ООП и код по ФГОС
для направления 38.03.04-Государственное и муниципальное управление
шифр и полное наименование направления
по профилю Муниципальное управление
шифр и полное наименование
Факультет: Филиал в г.Дербент
наименование факультета, где ведется дисциплина
Квалификация выпускника (степень) бакалавр
бакалавр (специалист)
Форма обучения очная/заочная, курс 2/1 семестр(ы) 4/2
очная, заочная, др.
Всего трудоемкость в зачетных единицах (часах) 3 ЗЕТ (108)
лекции 34/9 (час) экзамен -
(семестр)
практические (семинарские) занятия 34/9 (час); зачет семестр 4/2
(семестр)
лабораторные занятия _____ (час); самостоятельная работа 40/86 (час);
курсовой проект (работа, РГР) _____ (семестр).

Зав. кафедрой ЕГО и СД Г.М. Гусейнова
Подпись _____

Начальник УО Э.В. Магомаева
Подпись _____

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций примерной ООП ВО по направлению 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» и по профилю «Муниципальное управление».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 06.09.2018 года, протокол № 1.

Зав. выпускающей кафедрой по данному профилю


подпись

Г.М. Гусейнова
И.О.Ф

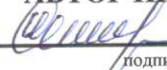
ОДОБРЕНО
Методическим советом филиала
38.00.00.Государственное и
муниципальное управление
шифр и полное наименование

_____ направления

Председатель к.ф.н., Г.М. Гусейнова

подпись, ИОФ

АВТОР ПРОГРАММЫ


С.Ф.Исмаилова
подпись, ИОФ

к.соц.н., ст.преподаватель
ФИО, уч.степень, ученое звание, подпись

12.09. 2018__г.

1. Цели освоения дисциплины.

Цель изучения дисциплины – сформировать у студентов знания о предмете, структуре и основных функциях связей с общественностью, а также обучить их методологии и основным технологическим приемам управления связями с общественностью.

В ходе преподавания дисциплины «социология» предполагается решение следующих задач: привить обучающимся представления о связях с общественностью и их роли в системе государственного и муниципального управления; сформировать систему знаний об управлении связями с общественностью;• развить практические умения и навыки по работе с различными группами общественности•

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» входит в число дисциплин по выбору вариативной части программы подготовки бакалавров по направлению «Государственное и муниципальное управление»

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен овладеть следующими компетенциями: ОК-5-6, ОПК-5-6, ПК-8,11, 27

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

владением навыками составления бюджетной и финансовой отчетности, распределения ресурсов с учетом последствий влияния различных методов и способов на результаты деятельности организации (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

способностью применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования (ПК-8);

владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11);

способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

В результате освоения дисциплины студент должен: знать:

основополагающие принципы этики публичного диалога и публичного распространения информации;

взаимосвязи между свойствами определенной группы общественности и оптимальными форматами публичной коммуникации с данной группой.

Уметь:

следовать общепринятым правилам этикета деловых и общественных коммуникаций;

налаживать долговременные конструктивные отношения с представителями активной части общественности.

Владеть:

базовыми навыками публичных выступлений;

навыками выявления значимых социальных и психических характеристик целевых аудиторий для достижения эффективной коммуникации с ними.

4. Структура и содержание дисциплины Связи с общественностью в органах власти

Общая трудоемкость дисциплины составляет **3 зачетные единицы – 108 часа**, в том числе – лекционные **34 часа**, практических **34 часа**, СРС **40 часов**, форма отчетности: 4 семестр – зачет

4.1. Содержание дисциплины.

№ п/п	Раздел дисциплины тема лекции и вопросы	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего * контроля успеваемости (по срокам текущих аттестаций в семестре) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				ЛК	ПЗ	ЛР	СР	
1	Раздел 1. Теоретические основы связей с общественностью Подходы к определению связей с общественностью (PR) как сферы деятельности и научного знания. Цели и задачи PR. Принципы и функции PR. История становления public relations как сферы деятельности. Коммуникация как основа PR. Функции, структура, виды и формы социальной коммуникации. Базовые модели коммуникации: Г. Лассуэлла, Дж. Гербнера, Модель Шеннона – Уивера. Концепция «лидеров мнений» П. Лазарсфельда, Б. Берельсона и Х. Годэ. Классификация типов коммуникации Й. Бордвика и Б. ван Каама. Общественное мнение как объект PR. Изучение общественного мнения: У. Липпман, Э. Ноэль-Нойман и др.	4	1-4	8	8		6	Вопросы входного контроля Тесты, творческое задание
2	Раздел 2. Правовые и этические основы связей с общественностью Практика зарубежного правового регулирования PR. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу PR в органах государственной власти РФ. Законодательство и правоприменение в сфере СМИ. Этические нормы профессионального поведения в PR. Международные и национальные профессиональные ассоциации в сфере связей с общественностью и их программные документы.	4	5-6. 7	6	6		6	Тесты, кейсы Аттестационная контрольная работа №1
3	Раздел 3. Организационные аспекты связей с общественностью Функции, структура и основные	4	8,9, 10	6	6		7	Тесты, творческое задание

	<p>направления деятельности отделов по связям с общественностью. PR-кампания: специфика и задачи. Типология PRкампаний. Общая схема PRкампании: формула RACE, модифицированная концепция ROPE. Аналитический этап PRкампании. Понятие и общая характеристика исследования в контексте PR. Виды и методы исследований в связях с общественностью. Понятие целевой аудитории. Принципы конструирования целевых аудиторий и работы с ними. Практическая реализация PR-кампании: организационные принципы эффективных коммуникаций. Контроль оценка результатов при реализации PR-кампании.</p>							
4	<p>Раздел 4. Специфика связей с общественностью в органах государственной власти Связи с общественностью в системе органов государственной власти: функции, формы, содержания. Информирование, пропаганда и общественный диалог в государственных PR. Сфера приложения PRтехнологий в государственном управлении: позиционирование и легитимация субъектов власти, формирование / управление публичным имиджем, воздействие на общественное мнение, определение политической «повестки дня», политическая и электоральная мобилизация общественности, инициирование и управление гражданскими кампаниями. Практика и особенности применения политических и государственных PR в РФ (1993 г. – начало XXI века).</p>	4	11, 12, 13	6	6		7	<p>Аттестационная контрольная работа №2 Тесты, кейсы</p>
5	<p>Раздел 5. Взаимодействие органов власти с институтами гражданского общества MediaRelations. Стратегия и тактика использования СМИ вPR, общие принципы взаимодействия со СМИ. Организационные формы взаимодействия со СМИ. Принципы работы пресс-секретаря и прессслужбы. Цели и задачи органов власти в сфере взаимодействия с общественными</p>	4	14, 15	4	4		7	<p>Тесты, творческое задание Аттестационная контрольная работа №3</p>

	<p>объединениями.</p> <p>Правовые основы взаимодействия органов власти с общественными объединениями в РФ. Общественные объединения как каналы информирования населения, средства мобилизации общественной поддержки, каналы обратной связи (мониторинг проблем, консультации и пр.).</p> <p>Институциональные формы взаимодействия органов власти и общественных объединений в современной России.</p> <p>Общественная палата РФ и её задачи.</p> <p>Формы взаимодействия органов власти с политическими объединениями.</p> <p>Правовые основы взаимоотношений органов власти и политических объединений в РФ.</p> <p>Связи с общественность как организационный механизм реализации политических прав (свобода слова, собраний и т.д.).</p> <p>PR-технологии в деятельности политических партий, движений и при проведении избирательных кампаний.</p>							
6	<p>Раздел 6. Информационная политика государства</p> <p>Понятие информационной политики.</p> <p>Информационная политика государственных и муниципальных органов власти: функции, содержание, средства реализации.</p> <p>Основные проблемы и тенденции развития информационной политики в Российской Федерации в начале XXI века.</p> <p>Информационная политика как механизм формирования имиджа власти и её легитимации.</p> <p>Особенности государственной информационной политики в условиях информационно-политических угроз</p>	4	16, 17	4	4		7	Тесты, кейсы
Итого		4	17	34	34		40	зачет

4.2 Содержание практических занятий

№ п/п	№ лекции и из рабочей программы	Наименование практического занятия	Количество часов	Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
1	2	3	4	5

1	Лк.1	<p>Подходы к определению связей с общественностью (PR) как сферы деятельности и научного знания.</p> <p>Цели и задачи PR.</p> <p>Принципы и функции PR.</p> <p>История становления public relations как сферы деятельности. Коммуникация как основа PR.</p> <p>Функции, структура, виды и формы социальной коммуникации.</p> <p>Базовые модели коммуникации: Г. Лассуэлла, Дж. Гербнера, Модель Шеннона – Уивера.</p> <p>Концепция «лидеров мнений» П. Лазарсфельда, Б. Берельсона и Х. Годэ.</p> <p>Классификация типов коммуникации Й. Бордвика и Б. ван Каама.</p> <p>Общественное мнение как объект PR.</p> <p>Изучение общественного мнения: У. Липпман, Э. Ноэль-Нойман и др.</p>	8	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
2	Лк.2	<p>Практика зарубежного правового регулирования PR.</p> <p>Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу PR в органах государственной власти РФ.</p> <p>Законодательство и правоприменение в сфере СМИ.</p> <p>Этические нормы профессионального поведения в PR.</p> <p>Международные и национальные профессиональные ассоциации в сфере связей с общественностью и их программные документы.</p>	6	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
3	Лк.3	<p>Функции, структура и основные направления деятельности отделов по связям с общественностью.</p> <p>PR-кампания: специфика и задачи.</p> <p>Типология PRкампаний.</p> <p>Общая схема PRкампании: формула RACE, модифицированная концепция ROPE.</p> <p>Аналитический этап PRкампании.</p> <p>Понятие и общая характеристика исследования в контексте PR.</p> <p>Виды и методы исследований в связях с общественностью.</p> <p>Понятие целевой аудитории.</p> <p>Принципы конструирования целевых аудиторий и работы с ними.</p> <p>Практическая реализация PR-кампании: организационные принципы эффективных коммуникаций.</p> <p>Контроль оценка результатов при реализации PR-кампании.</p>	6	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
4	Лк.4	<p>Связи с общественностью в системе органов государственной власти: функции, формы, содержания.</p> <p>Информирование, пропаганда и общественный диалог в государственных PR.</p> <p>Сфера приложения PRтехнологий в государственном управлении: позиционирование и легитимация субъектов власти, формирование /</p>	6	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы

		управление публичным имиджем, воздействие на общественное мнение, определение политической «повестки дня», политическая и электоральная мобилизация общественности, инициирование и управление гражданскими кампаниями. Практика и особенности применения политических и государственных PR в РФ (1993 г. – начало XXI века).		
5	Лк.5	MediaRelations. Стратегия и тактика использования СМИ вPR, общие принципы взаимодействия со СМИ. Организационные формы взаимодействия со СМИ. Принципы работы пресс-секретаря и прессслужбы. Цели и задачи органов власти в сфере взаимодействия с общественными объединениями. Правовые основы взаимодействия органов власти с общественными объединениями в РФ. Общественные объединения как каналы информирования населения, средства мобилизации общественной поддержки, каналы обратной связи (мониторинг проблем, консультации и пр.). Институциональные формы взаимодействия органов власти и общественных объединений в современной России. Общественная палата РФ и её задачи. Формы взаимодействия органов власти с политическими объединениями. Правовые основы взаимоотношений органов власти и политических объединений в РФ. Связи с общественность как организационный механизм реализации политических прав (свобода слова, собраний и т.д.). PRтехнологии в деятельности политических партий, движений и при проведении избирательных кампаний.	4	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
6	Лк.6	Понятие информационной политики. Информационная политика государственных и муниципальных органов власти: функции, содержание, средства реализации. Основные проблемы и тенденции развития информационной политики в Российской Федерации в начале XXI века. Информационная политика как механизм формирования имиджа власти и её легитимации. Особенности государственной информационной политики в условиях информационно-политических угроз	4	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
		ИТОГО	34	

4.3 Тематика для самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Количество часов из содержания дисциплины	Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
1	2	3	4	5
1	История деятельности по связям с	6	Основная и	Творческое

	общественностью в бизнесе и политике		дополнительная литература. Интернет ресурсы	задание, кейс
2	Правовые основы связей с общественностью в РФ; профессиональные ассоциации PR в России; «черный» PR: этическая и юридическая оценка.	6	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
3	Организационные аспекты связей с общественностью	6	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
4	Институт государственных PR в России: структура и функции; специфика публичных коммуникаций органов государственной власти с общественностью; роль информационно-коммуникативного сопровождения в государственном управлении; государственные службы по связям с общественностью и их полномочия (федеральный и региональный уровни власти).	6	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
5	Группы влияния и лоббирование интересов	6	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
6	Политическое консультирование в процессе подготовки государственных решений;	5	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
7	Управление публичным имиджем должностных лиц и органов государственной власти; связи с общественностью в условиях репутационного кризиса государственной службы	5	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
	ИТОГО	40		

Структура и содержание дисциплины Связи с общественностью в органах власти по заочной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет **3 зачетные единицы – 108 часа**, в том числе – лекционные **9 часа**, практических **9 часа**, СРС **86 часов**, форма отчетности: 2 курс – зачет

4.4.Содержание дисциплины.

№ п/п	Раздел дисциплины тема лекций и вопросы	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего * контроля успеваемости (по срокам текущих аттестаций в семестре) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				ЛК	ПЗ	ЛР	СР	
1	<p>Раздел 1. Теоретические основы связей с общественностью</p> <p>Подходы к определению связей с общественностью (PR) как сферы деятельности и научного знания.</p> <p>Цели и задачи PR.</p> <p>Принципы и функции PR.</p> <p>История становления public relations как сферы деятельности.</p> <p>Коммуникация как основа PR.</p> <p>Функции, структура, виды и формы социальной коммуникации.</p> <p>Базовые модели коммуникации: Г. Лассуэлла, Дж. Гербнера, Модель Шеннона – Уивера.</p> <p>Концепция «лидеров мнений» П. Лазарфельда, Б. Берельсона и Х. Годэ.</p> <p>Классификация типов коммуникации Й. Бордвика и Б. ван Каама.</p> <p>Общественное мнение как объект PR.</p> <p>Изучение общественного мнения: У. Липпман, Э. Ноэль-Нойман и др.</p>			2	2		14	
2	<p>Раздел 2. Правовые и этические основы связей с общественностью</p> <p>Практика зарубежного правового регулирования PR.</p> <p>Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу PR в органах государственной власти РФ.</p> <p>Законодательство и правоприменение в сфере СМИ.</p> <p>Этические нормы профессионального поведения в PR.</p> <p>Международные и национальные профессиональные ассоциации в сфере связей с общественностью и их программные документы.</p>			2	2		14	
3	<p>Раздел 3. Организационные аспекты связей с общественностью</p> <p>Функции, структура и основные направления деятельности отделов по связям с общественностью.</p> <p>PR-кампания: специфика и задачи.</p> <p>Типология PR кампаний.</p> <p>Общая схема PR кампании: формула RACE, модифицированная концепция</p>			2	2		14	

	<p>ROPE.</p> <p>Аналитический этап PR-кампании.</p> <p>Понятие и общая характеристика исследования в контексте PR.</p> <p>Виды и методы исследований в связях с общественностью.</p> <p>Понятие целевой аудитории.</p> <p>Принципы конструирования целевых аудиторий и работы с ними.</p> <p>Практическая реализация PR-кампании: организационные принципы эффективных коммуникаций.</p> <p>Контроль оценка результатов при реализации PR-кампании.</p>						
4	<p>Раздел 4. Специфика связей с общественностью в органах государственной власти</p> <p>Связи с общественностью в системе органов государственной власти: функции, формы, содержания.</p> <p>Информирование, пропаганда и общественный диалог в государственных PR.</p> <p>Сфера приложения PR-технологий в государственном управлении: позиционирование и легитимация субъектов власти, формирование / управление публичным имиджем, воздействие на общественное мнение, определение политической «повестки дня», политическая и электоральная мобилизация общественности, инициирование и управление гражданскими кампаниями.</p> <p>Практика и особенности применения политических и государственных PR в РФ (1993 г. – начало XXI века).</p>		2	2		14	
5	<p>Раздел 5. Взаимодействие органов власти с институтами гражданского общества</p> <p>MediaRelations.</p> <p>Стратегия и тактика использования СМИ вPR, общие принципы взаимодействия со СМИ.</p> <p>Организационные формы взаимодействия со СМИ.</p> <p>Принципы работы пресс-секретаря и прессслужбы.</p> <p>Цели и задачи органов власти в сфере взаимодействия с общественными объединениями.</p> <p>Правовые основы взаимодействия органов власти с общественными объединениями в РФ. Общественные объединения как каналы информирования населения, средства</p>		1	1		14	

	<p>мобилизации общественной поддержки, каналы обратной связи (мониторинг проблем, консультации и пр.).</p> <p>Институциональные формы взаимодействия органов власти и общественных объединений в современной России.</p> <p>Общественная палата РФ и её задачи.</p> <p>Формы взаимодействия органов власти с политическими объединениями.</p> <p>Правовые основы взаимоотношений органов власти и политических объединений в РФ.</p> <p>Связи с общественностью как организационный механизм реализации политических прав (свобода слова, собраний и т.д.).</p> <p>PR-технологии в деятельности политических партий, движений и при проведении избирательных кампаний.</p>							
6	<p>Раздел 6. Информационная политика государства</p> <p>Понятие информационной политики.</p> <p>Информационная политика государственных и муниципальных органов власти: функции, содержание, средства реализации.</p> <p>Основные проблемы и тенденции развития информационной политики в Российской Федерации в начале XXI века.</p> <p>Информационная политика как механизм формирования имиджа власти и её легитимации.</p> <p>Особенности государственной информационной политики в условиях информационно-политических угроз</p>					16		
Итого				9	9		86	зачет

4.5 Содержание практических занятий

№ п/п	№ лекции и из рабочей программы	Наименование практического занятия	Количество часов	Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
1	2	3	4	5
1	Лк.1	<p>Подходы к определению связей с общественностью (PR) как сферы деятельности и научного знания.</p> <p>Цели и задачи PR.</p> <p>Принципы и функции PR.</p> <p>История становления public relations как сферы деятельности. Коммуникация как основа PR.</p>	2	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы

		<p>Функции, структура, виды и формы социальной коммуникации.</p> <p>Базовые модели коммуникации: Г. Лассуэлла, Дж. Гербнера, Модель Шеннона – Уивера.</p> <p>Концепция «лидеров мнений» П. Лазарсфельда, Б. Берельсона и Х. Годэ.</p> <p>Классификация типов коммуникации Й. Бордвика и Б. ван Каама.</p> <p>Общественное мнение как объект PR.</p> <p>Изучение общественного мнения: У. Липпман, Э. Ноэль-Нойман и др.</p>		
2	Лк.2	<p>Практика зарубежного правового регулирования PR.</p> <p>Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу PR в органах государственной власти РФ.</p> <p>Законодательство и правоприменение в сфере СМИ.</p> <p>Этические нормы профессионального поведения в PR.</p> <p>Международные и национальные профессиональные ассоциации в сфере связей с общественностью и их программные документы.</p>	2	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
3	Лк.3	<p>Функции, структура и основные направления деятельности отделов по связям с общественностью.</p> <p>PR-кампания: специфика и задачи.</p> <p>Типология PRкампаний.</p> <p>Общая схема PRкампании: формула RACE, модифицированная концепция ROPE.</p> <p>Аналитический этап PRкампании.</p> <p>Понятие и общая характеристика исследования в контексте PR.</p> <p>Виды и методы исследований в связях с общественностью.</p> <p>Понятие целевой аудитории.</p> <p>Принципы конструирования целевых аудиторий и работы с ними.</p> <p>Практическая реализация PR-кампании: организационные принципы эффективных коммуникаций.</p> <p>Контроль оценка результатов при реализации PR-кампании.</p>	2	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
4	Лк.4	<p>Связи с общественностью в системе органов государственной власти: функции, формы, содержания.</p> <p>Информирование, пропаганда и общественный диалог в государственных PR.</p> <p>Сфера приложения PRтехнологий в государственном управлении: позиционирование и легитимация субъектов власти, формирование / управление публичным имиджем, воздействие на общественное мнение, определение политической «повестки дня», политическая и электоральная мобилизация общественности, инициирование и управление гражданскими кампаниями.</p> <p>Практика и особенности применения</p>	2	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы

		политических и государственных PR в РФ (1993 г. – начало XXI века).		
5	Лк.5	MediaRelations. Стратегия и тактика использования СМИ вPR, общие принципы взаимодействия со СМИ. Организационные формы взаимодействия со СМИ. Принципы работы пресс-секретаря и прессслужбы. Цели и задачи органов власти в сфере взаимодействия с общественными объединениями. Правовые основы взаимодействия органов власти с общественными объединениями в РФ. Общественные объединения как каналы информирования населения, средства мобилизации общественной поддержки, каналы обратной связи (мониторинг проблем, консультации и пр.). Институциональные формы взаимодействия органов власти и общественных объединений в современной России. Общественная палата РФ и её задачи. Формы взаимодействия органов власти с политическими объединениями. Правовые основы взаимоотношений органов власти и политических объединений в РФ. Связи с общественностью как организационный механизм реализации политических прав (свобода слова, собраний и т.д.). PRтехнологии в деятельности политических партий, движений и при проведении избирательных кампаний.	1	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы
		ИТОГО	9	

4.4 Тематика для самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Количество часов из содержания дисциплины	Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
1	2	3	4	5
1	История деятельности по связям с общественностью в бизнесе и политике	12	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
2	Правовые основы связей с общественностью в РФ; профессиональные ассоциации PR в России; «черный» PR: этическая и юридическая оценка.	12	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
3	Организационные аспекты связей с общественностью	12	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
4	Институт государственных PR в России: структура и функции; специфика публичных коммуникаций органов	12	Основная и дополнительная литература.	Творческое задание, кейс

	государственной власти с общественностью; роль информационно-коммуникативного сопровождения в государственном управлении; государственные службы по связям с общественностью и их полномочия (федеральный и региональный уровни власти).		Интернет ресурсы	
5	Группы влияния и лоббирование интересов	12	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
6	Политическое консультирование в процессе подготовки государственных решений;	12	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
7	Управление публичным имиджем должностных лиц и органов государственной власти; связи с общественностью в условиях репутационного кризиса государственной службы	14	Основная и дополнительная литература. Интернет ресурсы	Творческое задание, кейс
	ИТОГО	86		

5. Образовательные технологии

При изучении дисциплины **Связи с общественностью в органах власти** предусматривается использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в объеме 11 ч. (20% от аудиторной нагрузки 54ч.)

Теоретическая часть курса реализуется в основном на лекциях и в ходе самостоятельной работы студентов, а практическая часть – на практических занятиях формы, проведения которых могут быть весьма разнообразны: наряду с традиционными занятиями проводятся деловые игры, разрабатываются исследовательские проекты. В процессе изучения дисциплины используются как традиционные, так и инновационные технологии, активные и интерактивные методы и формы обучения: Учебная дискуссия, Технология мозгового штурма, Составление проектов по тематике занятия, Презентации. Моделирование и решение проблемно-ситуационных задач в малых группах. Тренинговые занятия.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Вопросы входного контроля

1. Многообразие определений понятия «связи с общественностью» (PR).
2. Субъект, объект, цели и задачи PR.
3. История становления и развития связей с общественностью.

Темы аттестационной контрольной работы 1

1. Понятие связей с общественностью (PR).
2. История возникновения и развития PR в XX веке.
3. Социальные и политические функции связей с общественностью.
4. Коммуникативные основы PR.
5. Социально-психологические основы PR.

Темы аттестационной контрольной работы 2

1. Связи с общественностью в системе коммуникативного менеджмента.
2. Модели связей с общественностью и особенности их практического применения.
3. PR-кампания и её этапы.
4. Применение SWOT-анализа в связях с общественностью.
5. Моделирование общественности. Целевые группы.

Темы аттестационной контрольной работы 3

1. Средства массовой коммуникации и их применение в PR-деятельности.
2. Виды информационных материалов: пресс-релиз, пресс-кит, презентация.
3. Виды публичных мероприятий и их особенности.
4. Принципы организации пресс-конференции.
5. Механизмы управления общественным мнением.

Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»

Содержание творческого задания:
Разработка проекта PR-мероприятия

Темы для творческого задания:

1. Первичное позиционирование кандидата на выборную государственную должность.
2. Защита имиджа должностного лица в ситуации репутационного кризиса (мэр, губернатор, министр и т.д.).
3. «Раскрутка» партийного бренда.
4. Формирование благоприятного общественного мнения в отношении государственного решения.
5. PR-сопровождение работы должностного лица по решению социальных проблем (города, области и т.д.).
6. Информационная поддержка гражданской кампании.

7. Организация работы с электоратом в контексте избирательной кампании (уровень местного самоуправления или субъекта Федерации).
8. Противодействие негативной кампании политического конкурента («информационная война»).

Проверка остаточных знаний

1. Понятие и роль публичного имиджа в сфере государственного управления.
2. Персональный имидж государственного служащего.
3. Корпоративный имидж государственного учреждения или органа власти.
4. Основные технологии формирования имиджа.
5. PR-деятельность в условиях подготовки к кризисам и во время их развития.
6. Основные части антикризисной программы в сфере общественных отношений

Перечень вопросов к зачету по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»

1. Многообразие определений понятия «связи с общественностью» (PR).
2. Субъект, объект, цели и задачи PR.
3. История становления и развития связей с общественностью.
4. Правовое регулирование PR в России и за рубежом.
5. Этические аспекты в PR. Кодексы профессиональных PR-сообществ в России и за рубежом.
6. Социальная коммуникация, её функции, структура и типы.
7. Модели коммуникации, применяемые в связях с общественностью.
8. Каналы коммуникации в сфере PR, их характеристика.
9. Понятие и основные признаки общественности.
10. Типология групп общественности. Целевые аудитории
11. Сущность и основные функции общественного мнения.
12. Способы и механизмы управления общественным мнением.
13. Специфика PR-деятельности в органах государственной власти.
14. Основные сферы деятельности и роль специалиста по связям с общественностью в государственном управлении.
15. Функции и основные направления деятельности подразделения по связям с общественностью.
16. Определение и задачи PR-кампании в системе государственного управления.
17. Организационные модели в связях с общественностью.
18. Планирование PR-кампании.
19. Практическая реализация PR-кампании.
20. Методики оценки результатов PR-кампании.
21. Средства массовой информации и принципы их использования в государственных PR.
22. Организационные формы взаимодействия со СМИ.
23. Пресс-служба и пресс-секретарь в органах власти.
24. Приемы конструирования и механизмы управления новостной информации.
25. Мероприятия для СМИ: презентация, пресс-конференция, пресс-тур.
26. Документальные материалы для СМИ: пресс-релиз, пресс-kit.
27. Особенности государственных PR при взаимоотношениях с общественными и религиозными объединениями.
28. Организационные формы государственных PR при взаимодействии с общественными и религиозными объединениями.
29. Общественная палата РФ, общественные советы, иные совещательные и консультативные органы как элементы государственных PR.
30. Место и роль PR во взаимоотношениях органов власти и политических объединений.
31. Публичные массовые мероприятия как элемент PR-деятельности органов власти и политических объединений.
32. Связи с общественностью в избирательном процессе.
33. Государственная информационная политика: понятие и функции.
34. Особенности и трудности реализации государственной информационной политики в России.
35. Понятие и роль публичного имиджа в сфере государственного управления.
36. Персональный имидж государственного служащего.
37. Корпоративный имидж государственного учреждения или органа власти.
38. Основные технологии формирования имиджа.
39. PR-деятельность в условиях подготовки к кризисам и во время их развития.

40. Основные части антикризисной программы в сфере общественных отношений

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство и год издания	Количество изданий:	
					В библиотеке	На кафедре
Основная литература						
1	Лк Пз	PR: теория и практика [Электронный ресурс] : учебник для вузов	Баранов, Д. Е.	– Электрон. текстовые дан. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Синергия, 2013. – 352 с. – Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/17007		
2	Лк Пз	PR-Коммуникации (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие	Бердников И.П.	Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 208 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57028*		
3	Лк Пз	Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов .	Чумиков, А. Н.	– Электрон. текстовые дан. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 159 с. – Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/8976.html*		
Дополнительная литература						
4	Лк пз	Коммуникационная концепция связей с общественностью [Электронный ресурс]: модели, технологии, синергетический эффект	Гринберг Т.Э.	— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012.— 324 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/54633*		
5	Лк пз	Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата	Моск. гос. лингвист. ун-т ; ред. М. М. Васильева.	- Москва : Юрайт, 2014. - 495 с. - (Бакалавр. Академический		
6	Лк пз	Реклама. Управленческий аспект [Электронный ресурс]: учебное пособие	Нархов Д.Ю.	Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург:		

				Уральский федеральный университет, 2015.— 264 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/68468*		
7	Лк пз	Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие	Минаева Л.В.	— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8972*		
		Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины				
		Сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: http://www.raso.ru/				
		Сайт справочно-информационного web-издания «PR-info» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: http://www.pr-info.ru/				
		Сайт журнала «PR в России» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: http://www.rupr.ru/				

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) – аудитория, три оснащенных современными ПК компьютерных класса – 303,301 и 306 аудитории. А также имеется интерактивная доска и проектор в 307 аудитории.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций примерной ООП ВО по направлению 38.03.04 ГиМУ и профилю подготовки муниципальное управление.

Рецензент от выпускающей кафедры (работодателя) по направлению 38.03.04

Н.Н.Абдурахманова

подпись

И.О.Ф

