

УТВЕРЖДАЮ  
 Декан факультета

\_\_\_\_\_ Шматко А. Д.  
 (подпись) ФИО  
 «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Направление/специальность подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Специализация/профиль/программа подготовки	Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Очная
Факультет	Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации
Выпускающая кафедра	Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ
Кафедра-разработчик рабочей программы	Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)								ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
				АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
4	8	4	144	26	13	0	13	118	0	0	118	диф. зач.

*ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

год набора группы: 2021

Программу составил:

Кафедра Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ  
ПРОИЗВОДСТВОМ \_\_\_\_\_

Сорокина Елена Владимировна, к.полит.н., доцент

Программа рассмотрена

на заседании кафедры-разработчика

рабочей программы **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. \_\_\_\_\_

Программа рассмотрена

на заседании выпускающей кафедры

**Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. \_\_\_\_\_

# **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ**

## **Разделы рабочей программы**

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## **Приложения к рабочей программе дисциплины**

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

# 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПСК-1.2 — способность участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединениях, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ
ПСК-1.5 — способность самостоятельно работать с документами, материалами средств массовой информации, докладами экспертно-аналитических центров, базами данных

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

## **ПСК-1.2**

*знания:*

на уровне понимания

– способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения;

*умения:*

теоретические:

– анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения;

практические:

– объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;

*навыки:*

– технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;

– навыками формирования и продвижения имиджа органов руководителей;

– навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.

## **ПСК-1.5**

*знания:*

на уровне представлений:

– применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы политических наук в профессиональной деятельности; анализировать политические процессы и оценивать эффективность политического управления;

на уровне воспроизведения:

– принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;

*умения:*

практические:

– собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство;

*навыки:*

– практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, СОЦИОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА И УПРАВЛЕНИЕ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ОПК-1 — Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
- ОПК-4 — Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
- ПСК-1.2 — Способен участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ
- УК-10 — Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч.

#### 3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %	
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-1.2	ПСК-1.5
4	8	<p><b>Раздел 1. Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью.</b> 1.1. Связи с общественностью культура государственных организаций. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «коммуникация». Основные подходы к пониманию сущности PR. «Альтруистические», прагматические, инструментальные функциональные и другие определения PR. Адвокатская модель 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.</p> <p>1.2. Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью. 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. Уайткера, Л. Гола, 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. 1.3. Общественность в сфере управления общественными отношениями. 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. 1.4. Коммуникативное пространство в связях с общественностью. 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. 1.5. 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>	47	8	4	4	39	30	30
4	8	<p><b>Раздел 2. Коммуникативное пространство в связях с общественностью.</b> 2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах. 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. Иницирование</p>	47	8	4	4	39	30	30

		<p>публикаций. Планирование деятельности пресс-службы и оценка эффективности ее деятельности. 2.2. Пресс-служба: структура и функции. Организационная структура пресс-служб в органах власти. Задачи и функции пресс-служб. Пресс-клиппинг. Роль пресс-секретаря в организации связи 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. 2.3. Организация работы со средствами массовой информации. Характеристика современных задач в обеспечении информационной политики госструктур. Основные задачи связей с общественностью. Установление и поддержание постоянного взаимодействия со средствами массовой информации. Отражение в СМИ будничной деятельности организации. Публичное разъяснение решений и действий организации. Позиционирование (популяризация) организации в имиджевом аспекте. Организация и проведение пресс-конференций и брифингов. Организация и распространение проблемно-аналитических материалов по актуальным вопросам деятельности организации. Организация публичных (спичрайтинг) выступлений и выступлений в СМИ руководства. Непрофильные выступления руководства. Ведение корпоративного и официального сайтов. Мониторинг СМИ. Противодействие негативной информации СМИ в адрес организации. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ. Печатные издания. Электронные СМИ. Противодействие негативной информации СМИ. 2.4. Организация работы с интернет-коммуникациями. Типичный формат официального сайта государственной структуры в нашей стране. Художественные и функциональные особенности «производства» сайта. Художественные особенности. Логотип и слоган. Иллюстративный материал. Структуры сайта – линейная, древовидная и решетчатая. Работа с блогами. Работа с социальными сетями. 2.5. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью. Работа с общественностью и целевыми аудиториями. Использование так называемого дня открытых дверей. Организация разнообразных мероприятий с различными целевыми аудиториями. Значимость отдела по связям с общественностью конкретном органе (учреждении) государственной власти при организации и проведении внешнекорпоративных мероприятий. Ряд основных функций, которые, являются доминирующими в работе PR-служб: координирующая, регулятивная, организационная, организаторская функция.</p>								
4	8	<p><b>Раздел 3. Управление PR-деятельностью и имиджем.</b> 3.1. Особенности PR. Виды и формы общественных кампаний. Планирование, определение бюджета кампании. Функции руководителя кампании. Штаб кампании и распределение ролей. Информационное и социологическое сопровождение кампании. PR в избирательных кампаниях. Понятие избирательной кампании и ее формы в контексте использования PR-ресурсов. Избирательный штаб. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората. Реализация стратегии и тактики избирательной кампании. Встречи с избирателями и работа с лидерами общественного мнения. Организация и проведение политических дебатов. Информационные технологии, применяемые в ходе избирательных кампаний. Приемы персонализации обращений к населению. Работа с письмами и наказами избирателей. Прямая и косвенная политическая реклама. Листовки как жанр политической рекламы. Массовые акции. Основные технологии формирования политических предпочтений избирателя. Технологии «зацепок» избирателей. Особенности проведения партийных избирательных кампаний. 3.2. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти. Общая характеристика органов муниципальной власти. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления. Основные направления связей с общественностью в органах местного самоуправления. Специфика функционирования связей с общественностью в муниципальных органах. Организация PR-деятельности в администрации муниципального образования. 3.3. Изучение и формирование общественного мнения как функция PR-службы. Массовое сознание. Общественное мнение: понятие и структура. Закономерности общественного мнения. Методы изучения общественного мнения. Технологии работы с обращениями граждан. Рассмотрение заявлений, обращений, жалоб. Формирование общественного мнения. Работа с лидерами общественного мнения. Типология лидеров мнений. Использование механизмов восприятия в процессе управления массовым сознанием и поведением. Установки, стереотипы и мифы в управлении общественными настроениями. Конформизм и социальная идентификация как факторы управления общественным сознанием. Технологии воздействия на массовые эмоции. Технологии убеждающей коммуникации. Психологическое заражение. Алгоритм заражения. Виды и классификация внушения. Манипуляция общественным мнением и противодействие манипуляциям. Слухи как проформа общественного мнения. Условия возникновения слухов. Управляемые слухи. Технологии противодействия слухам. Пропаганда, контрпропаганда и их приемы. 3.4. 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 оценки 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. Поддержка спонсоринга и благотворительности. 3.5. Кризисные PR в государственных и муниципальных управлениях. 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 условиях чрезвычайного происшествия. Нейтрализация слухов и недостоверной информации. Организация работы кризисного информационного центра. Правила поведения должностных лиц в условиях кризиса. Работа с последствиями кризиса.</p>	50	10	5	5	40	40	40	

Всего за 8 семестр	144	26	13	13	118	100	100
Всего по дисциплине	144	26	13	13	118	100	100

### 3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью.	1.1. Возникновение, этапы современные тенденции развития связей с общественностью.	1
2		1.2. Общественность в сфере управления общественными отношениями.	1
3		1.3. Коммуникативное пространство в связях с общественностью.	1
4		1.4. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления.	1
5	Раздел 2. Коммуникативное пространство в связях с общественностью.	2.1. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах.	1
6		2.2. Пресс-служба: структура и функции.	1
7		2.3. Организация работы со средствами массовой информации.	1
8		2.4. Организация работы с интернет-коммуникациями.	1
9	Раздел 3. Управление PR-деятельностью и имиджем.	3.1. Особенности PR.	1
10		3.2. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти.	1
11		3.3. Изучение и формирование общественного мнения как функция PR-службы.	1
12		3.4. Планирование и проведение общественных кампаний.	1
13		3.5. Кризисные PR в государственных и муниципальных управлениях.	1
<b>Всего за 8 семестр</b>			13

### 3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Возникновение, этапы современные тенденции развития связей с общественностью». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	9
2		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Общественность в сфере управления общественными отношениями». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	10
3		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Коммуникативное пространство в связях с общественностью». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	10
4		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 1.	10
5	Раздел 2. Коммуникативное	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Организация работы со средствами массовой информации». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	10

6	пространство в связях с общественностью.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Организация работы с интернет-коммуникациями». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 2.	10
7		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Пресс-служба: структура и функции». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	10
8		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	9
9		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Особенности PR». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	8
10		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	8
11	Раздел 3. Управление PR-деятельностью и имиджем.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Изучение и формирование общественного мнения как функция PR-службы». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	8
12		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Планирование и проведение общественных кампаний». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	8
13		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Кризисные PR в государственных и муниципальных управлениях». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 3.	8
<b>Всего за 8 семестр</b>			<b>118</b>

#### 4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
8				ВиЗ		ДР		ВиЗ		ДР			диф. зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- ВиЗ – вопросы и задания;
- диф. зач. – дифференцированный зачет.

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- вопросы и задания.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:

- дифференцированный зачет.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Основная литература по дисциплине:

1. Г. А. Борщевский. . Связи с общественностью в органах власти. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
2. С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.

### 5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

### 5.3. Периодические издания:

не требуются.

### 5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. <https://urait.ru/> — Главная – Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов.;
2. <http://library.voenmeh.ru> — Фундаментальная библиотека БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова;
3. <http://e.lanbook.com> — ЭБС Лань;
4. <http://www.tnt-ebook.ru> — TNT-ЕВООК - Электронно-библиотечная система;
5. <http://ibooks.ru> — ЭБС Айбукс.ру - это большой выбор актуальной литературы для вашей библиотеки в электронном виде.

### Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;  
<http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

### Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. [http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com\\_irbis&view=irbis&Itemid=457](http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457) - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

### 5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

### 5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Лекционные занятия:**

1. Аудитория с числом посадочных мест не меньше количества обучающихся.

### **6.2. Практические занятия:**

1. Проектор;
2. Аудитория с числом посадочных мест не меньше количества обучающихся.

### **6.3. Прочее:**

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

### Аннотация рабочей программы

Дисциплина **СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*. Дисциплина реализуется на факультете *Р* Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой *Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ*.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

ПСК-1.2 способность участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ;

ПСК-1.5 способность самостоятельно работать с документами, материалами средств массовой информации, докладами экспертно-аналитических центров, базами данных.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с анализом современной теории и практики связей с общественностью в государственных и муниципальных органах власти на современном этапе развития российского государства, учитывающих актуальные теоретические и практические аспекты и проблемы в нынешнем функционировании института Public Relations в структурах государственного и муниципального управления.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- вопросы и задания.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:

- дифференцированный зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **4 з.е., 144 ч.** Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**13 ч.**), практические занятия (**13 ч.**), самостоятельная работа студента (**118 ч.**).

## ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

### Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 144 ч., из них 26 ч. аудиторных занятий, и 118 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
<b>Раздел 1. Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью.</b>		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Возникновение, этапы современные тенденции развития связей с общественностью». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (1-2) Г. А. Борщевский. . Связи с общественностью в органах власти: Москва: Юрайт, 2020 (1-2)	9
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Общественность в сфере управления общественными отношениями». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		10
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Коммуникативное пространство в связях с общественностью». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		10
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 1.		10
Итого по разделу 1		39
<b>Раздел 2. Коммуникативное пространство в связях с общественностью.</b>		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Организация работы со средствами массовой информации». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (1-4) Г. А. Борщевский. . Связи с общественностью в органах власти: Москва: Юрайт, 2020 (3)	10
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Организация работы с интернет-коммуникациями». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 2.		10
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Пресс-служба: структура и функции». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		10
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		9
Итого по разделу 2		39
<b>Раздел 3. Управление PR-деятельностью и имиджем.</b>		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Особенности PR». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	Г. А. Борщевский. . Связи с общественностью в органах власти:	8
Подготовка докладов к практическому занятию на тему:		8

«Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	Москва: Юрайт, 2020 (3) С. М. Емельянов. . Теория и практика связей с общественностью: Москва: Юрайт, 2022 (4-5)	
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Изучение и формирование общественного мнения как функция PR-службы». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		8
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Планирование и проведение общественных кампаний». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		8
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Кризисные PR в государственных и муниципальных управлениях». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 3.		8
Итого по разделу 3		40

## ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- вопросы и задания;
- дифференцированный зачет.

### Критерии оценивания

#### Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

#### Вопросы и задания

Перечень вопросов и заданий приведён в Приложении 4 к рабочей программе дисциплины.

#### Дифференцированный зачет

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в целях определения уровня сформированности компетенций в соответствии с индикаторами их достижения. Контрольные задания для промежуточной аттестации формируются из утвержденного перечня оценочных материалов. Вариант контрольного задания содержит не менее 5 теоретических и (или) практических вопросов на каждую компетенцию, формирование которой обеспечивается в рамках дисциплины, не менее 50% заданий в варианте являются заданиями открытого типа, требующих развернутого письменного или устного ответа.

Критерии оценивания:

«неудовлетворительно»: контрольное задание выполнено менее, чем на 50%, преимущественная часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на отсутствие у обучающегося запланированных результатов освоения дисциплины (знаний, умений и навыков), необходимых и достаточных для решения профессиональных задач, соответствующих этапу формирования компетенции

«удовлетворительно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень достижения обучающимся запланированных результатов освоения дисциплины (знаний, умений и навыков), но при этом позволяет сделать вывод о способности обучающегося решать типовые профессиональные задачи

«хорошо»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 80%, результаты выполнения задания содержат несколько незначительных ошибок и технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине (знаний, умений и навыков) и позволяет сделать вывод о способности обучающегося решать типовые и ситуативные профессиональные задачи

«отлично»: контрольное задание выполнено в полном объеме, результаты выполнения задания содержат не более двух незначительных ошибок, несколько технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень достижения обучающимся запланированных результатов обучения по дисциплине (знаниями, умениями и навыками) и позволяет сделать вывод о способности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности.

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %		НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-1.2	ПСК-1.5	
4	8	Раздел 1. Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью.	47	8	4	4	39	30	30	Вопросы и задания
4	8	Раздел 2. Коммуникативное пространство в связях с общественностью.	47	8	4	4	39	30	30	Вопросы и задания
4	8	Раздел 3. Управление PR-деятельностью и имиджем.	50	10	5	5	40	40	40	Вопросы и задания
<b>Всего за 8 семестр</b>			144	26	13	13	118	100	100	
<b>Всего по дисциплине</b>			144	26	13	13	118	100	100	

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### Вопросы и задания

ПСК-1.2 - Способен участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ

ПСК-1.5 - Способен самостоятельно работать с документами, материалами средств массовой информации, докладами экспертно-аналитических центров, базами данных

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция	Время выполнения задания, мин
1.	А	Система обладает рядом обязательных признаков: А) Всеми вышеперечисленными; В) Самоуправляемость; С) Целостность; D) Наличие определенных структур, элементов, которые могут рассматриваться как подсистемы, взаимосвязь элементов и внешней среды и др.	ПСК-1.2	2
2.	D	Процесс управления проблемами требует их предвидения за: А) 1 – 1,5 года до возможного перерастания в кризис; В) 1,5 – 4 года до возможного перерастания в кризис; С) 2 – 3 месяца до возможного перерастания в кризис; D) 1,5 – 3 года до возможного перерастания в кризис.	ПСК-1.2	2
3.	Профессиональная деятельность, которая осуществляется на постоянной основе на должностях муниципальной службы, замещаемых путем заключения трудового договора	Муниципальная служба – это:	ПСК-1.5	5
4.	А С	Объектами государственного управления выступают: А) Территория; В) Ресурсы власти; С) Средства и орудия труда; D) Все вышеперечисленное.	ПСК-1.5	2
5.	Воздействие на состояние общественного мнения	Назовите основную цель работы PR-специалистов:	ПСК-1.5	5
6.	А С	Различают такие формы правления, как: А) Монархия; В) Демократия; С) Республика; D) Плутократия.	ПСК-1.5	2

7.	Заявленная идеальная позиция, которую персона или спланировали и намереваются продвигать в целевые группы	PR-тактика – это:	ПСК-1.2	5
8.	А В	В зависимости от характера взаимоотношений центральной власти и органов административно-территориальных единиц выделяют следующие виды государственного управления: А) Координационное управление; В) Субординационное управление; С) Федеративное управление; D) Региональное управление.	ПСК-1.5	2
9.	Целенаправленное организующее воздействие органов государственной власти на развитие различных сфер общественной жизни с учетом экономических, политических и социальных характеристик государства на определенных этапах его исторического развития	Государственное управление – это:	ПСК-1.5	5
10.	D	По времени выделяют следующие цели государственного управления: А) Долгосрочные цели (стратегические) (свыше 5 лет); В) Среднесрочные цели (на 5 лет); С) Краткосрочные цели (тактические) (год и менее года); D) Все вышеперечисленные.	ПСК-1.2	2
11.	Авторитарный, демократический	Перечислите стили делового общения:	ПСК-1.5	2
12.	С	PR в органах власти: А) Применяются только в исполнительных органах власти; В) Применяются только в законодательных органах власти; С) Функции PR в органах власти часто выполняют несколько подразделений (служб); D) Все вышеперечисленное.	ПСК-1.5	2
13.	Союзное государство, состоящее из относительно самостоятельных государственных образований	Федеративное государство — это:	ПСК-1.2	5
14.	Обеспечивает открытость власти	Какую функцию выполняет PR в органах власти?	ПСК-1.2	2

15.	А В	Унитарное государство характеризуется: А) Единой конституцией; В) Единством системы высших органов государственной власти; С) Высокой степенью централизации управления всех административно-территориальных единиц; D) Верховная власть передается по наследству.	ПСК-1.5	2	
16.	Народ	Что является главным субъектом государственного управления?	ПСК-1.5	2	
17.	А В С D	Отличительными чертами любой социальной системы являются: А) Иерархия статусов; В) Наличие механизмов самоуправления; С) Самосознание субъектов и объектов управления; D) Наличие системы ценностей, ценностных ориентаций и морально-этических установок.	ПСК-1.2	2	
18.	1 – В 2 – D 3 – С 4 – А	Установите соответствие между событиями и датами.	ПСК-1.2	5	
		1) 1948 г.			А) Принятие Кодекса профессионального поведения, обязательный для всех членов организации IPRA.
		2) 1955 г.			В) Создание Общества публичных релейшнз Америки.
		3) 1930 г.			С) Появление в крупных компаниях США должности вице-президентов по коммуникациям или PR.
4) 1961 г.	D) Создание в Лондоне Международной Ассоциации публичных релейшнз (IPRA).				
19.	Законодательная, исполнительная, судебная	Назовите виды государственной власти:	ПСК-1.2	2	
20.	Источник, получатель, сообщение	Назовите элементы структуры коммуникативного процесса:	ПСК-1.2	2	
21.	А В С	В зависимости от масштаба временных рамок, управление может быть: А) Стратегическим; В) Tактическим; С) Оперативным; D) Временным.	ПСК-1.5	5	

22.	Социально-политическая организация общества, обладающая публичной властью, имеющая собственную структуру управления и функции, которые связаны с реализацией властных полномочий и взаимодействием на различные сферы и области человеческой деятельности	Государство – это:	ПСК-1.5	2
23.	Сэм Блэк	Кто впервые употребил термин Public Relations (Связи с общественностью)?	ПСК-1.5	5
24.	От имиджа организации в окружающем мире	От чего зависит реакция людей на действия организации во время чрезвычайной ситуации?	ПСК-1.2	5
25.	Экономическая, социальная, политическая, образовательная	Перечислите внутренние функции государства:	ПСК-1.2	5
26.	Исследования	Назовите основной элемент маркетинговых коммуникаций:	ПСК-1.5	5
27.	D	В соответствии с PR-классификацией кризисы бывают: A) Неожиданные кризисы; B) Назревающие кризисы; C) Непрерывные кризисы; D) Все вышеперечисленное.	ПСК-1.2	2
28.	C, A, D, B	Модель AIDA имеет четыре последовательных стадии взаимодействия потребителя с рекламной информацией. Восстановите последовательность: A) Interest (вызвать интерес к информации, содержащейся в сообщении); B) Action (побудить к действию в интересах в интересах отправителя сообщения); C) Attention (привлечь внимание к сообщению); D) Desire (вызвать желание последовать совету или призыву).	ПСК-1.2	2
29.	Вид государственной службы, представляющей собой профессиональную служебную деятельность граждан РФ на должностях государственной гражданской службы РФ	Государственная гражданская служба РФ – это:	ПСК-1.5	5

30.	A	Этапы планирования PR -деятельности: А) Существует строгая система планирования PR-деятельности, включающая 11 этапов; В) Обязательными этапами планирования PR-деятельности являются оценка ситуации и оценка программы; С) Это сугубо творческий процесс, ничем не регламентированный; D) Нет правильного ответа.	ПСК-1.5	2
31.	Г. Чейс	Кто разработал процесс управления проблемами?	ПСК-1.2	5
32.	Выбор стиля делового общения	Что является важным фактором эффективной деловой коммуникации?	ПСК-1.2	5
33.	D	Можно выделить следующие принципы государственного управления: А) Общие (общесистемные); В) Организационно-технологические; С) Частные; D) Все вышеперечисленные.	ПСК-1.2	2
34.	A	Система государственного управления определяется: А) Формой государственно-территориального устройства государства; В) Политико-административным устройством государства; С) Формой политической и территориальной организации государства; D) Политическим устройством.	ПСК-1.2	22
35.	A	Выберите правильный вариант. «Основная деятельность PR - это ...»: А) Установление долгосрочных благоприятных отношений между организацией и средой; В) Информирование общественности о деятельности организации; С) Установление связи между средой и СМИ; D) Все вышеперечисленное.	ПСК-1.2	2
36.	Ш. Монтескье	Кто является автором концепции разделения властей?	ПСК-1.5	5
37.	D	Избирательные кампании различаются в следующими факторами: А) Личностью кандидата; В) Спецификой окружения; С) Политическим планом; D) Все вышеперечисленное.	ПСК-1.5	2
38.	Часть государственного аппарата, наделённая государственно-властными полномочиями и осуществляющая свою компетенцию по уполномочию государства в установленном им порядке.	Орган государственной власти (государственный орган) - это:	ПСК-1.2	5

39.	D	<p>Практическими PR-действиями в условиях кризиса являются:</p> <p>А) Занять четкую, недвусмысленную позицию, привлечь к активным действиям высшее руководство, активизировать поддержку со стороны «третьей партии»;</p> <p>В) Организовать присутствие на месте событий, централизовать коммуникации, наладить сотрудничество со СМИ;</p> <p>С) Не игнорировать своих служащих, заранее думать о позиционировании организации после преодоления кризиса, осуществлять постоянный мониторинг и оценку протекания кризиса;</p> <p>Д) Все вышеперечисленное.</p>	ПСК-1.5	2
40.	A B C D	<p>Выделяют следующие функции государственного управления:</p> <p>А) Планирование;</p> <p>В) Прогнозирование;</p> <p>С) Организация;</p> <p>Д) Контроль.</p>	ПСК-1.5	2