

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ИСТОРИИ И ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Актуализировано:
на заседании кафедры
протокол № 12 от «07» июня 2018 г.

И.о.зав. кафедрой  / Р.Ф. Гатауллин

Согласовано:
Председатель УМК института

 / Р.А. Гильмутдинова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина
Связи с общественностью в органах власти

Вариативная часть

Направление подготовки
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) подготовки
Муниципальное управление

Квалификация
Бакалавр

Разработчик (составитель) к.с.н., доцент	 / О.Н. Юлдашева
---	--

Дата приема: 2017г.

Уфа 2018

Составитель / составители: О.Н. Юлдашева

Рабочая программа дисциплины актуализирована на заседании кафедры государственного управления протокол № 12 от «07» июня 2018 г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

И.о.заведующий кафедрой / Р.Ф. Гатауллин

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Список документов и материалов

1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2.	Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4.	Фонд оценочных средств по дисциплине	6
4.1.	Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
4.2.	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	8
4.3.	Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)	13
5.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	13
5.1.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
5.2.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	14
6.	Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-4, ПК-9,11

	Результаты обучения	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	Знать: 1. Основные методы и приемы устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации в различных жанрах управленческих коммуникаций 2. Способы делового общения, публичных выступлений, переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций 3. Различные стратегии представления результатов своей работы для других специалистов	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)	
	4. Основы (теории, модели, разновидности) межличностных, групповых и организационных коммуникаций	способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9)	
	5. Технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы 6. Базовые технологии формирования общественного мнения; технологии взаимодействия с населением, СМИ, бизнес-структурами, общественными организациями и политическими партиями, сотрудниками организации	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11)	

Умения	<p>Уметь:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализировать логическую структуру и определять степень аргументированности письменной и устной речи, создавать различные типы текстов устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации на русском языке в различных жанрах управленческой коммуникации (публичных выступлениях, переговорах, совещаниях, деловой переписки) 2. Корректно использовать в своей деятельности профессиональную лексику на иностранном языке 3. Четко, сжато, убедительно обосновать свою профессиональную позицию, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание; организовывать, проводить и оценивать эффективность переговоров 4. Ставить цели и формулировать задачи представления результатов своей профессиональной деятельности 5. Поддерживать электронные коммуникации 	<p>способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> 6. Анализировать полученные знания в области межличностных, групповых и организационных коммуникаций 	<p>способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9)</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> 7. Использовать технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовые технологии формирования общественного мнения; умеет выделять основные институты и процессы публич рилейнз 	<p>владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11)</p>	
Владения (навыки / опыт деятельности)	<p>Владеть:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Навыками выражения своих мыслей и мнения в деловом общении, а также извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам государственного и муниципального управления на продвинутом уровне обучения 2. Навыками к обоснованию собственной точки зрения на дискуссионные проблемы государственного и муниципального управления 3. Навыками представления результатов своей работы для других специалистов, отстаивания своей позиции в профессиональной среде 	<p>способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> 4. Навыками осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций 	<p>способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9)</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> 5. Основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и 	<p>владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования</p>	

	муниципальной службы; пользования базовыми технологиями формирования общественного мнения; выполнять работу по изучению общественного мнения, отношений и ожиданий общественности; готовить методические и информационные материалы для посторонних участников делового процесса	общественного мнения (ПК-11)	
--	---	------------------------------	--

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Целью изучения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» является формирование у студентов представления об управлении общественными отношениями как о научно-обоснованном и теоретически разработанном типе управленческой деятельности, связанном с управлением общественным мнением, в основе которого лежат коммуникативные технологии и социальные практики.

Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» относится к вариативной части учебного плана.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре, при заочной форме обучения на 4 курсе.

Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и навыках, сформированных в результате освоения студентами предшествующих дисциплин образовательной программы по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» профиля «Муниципальное управление»: «Методы принятия управленческих решений», «Экономика», «Социология», «Политология» и др.

Полученные знания, навыки и умения используются при прохождении практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, преддипломной практики и в ходе выполнения выпускной квалификационной работы.

Эта дисциплина направлена на формирование компетенций ОПК-4; ПК-9,11.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении А.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

ОПК-4: способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

Этап (уровень) освоения компетенции и	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено

<p>Первый этап (уровень)</p>	<p>Знать: 1. Основные методы и приемы устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации в различных жанрах управленческих коммуникаций 2. Способы делового общения, публичных выступлений, переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций 3. Различные стратегии представления результатов своей работы для других специалистов</p>	<p>Не знает или имеет фрагментарные знания отдельных методов и приемов устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникаций в различных жанрах управленческих коммуникаций; – способов делового общения, публичных выступлений, переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций; – отдельные стратегии представления результатов своей работы для других специалистов</p>	<p>Владеет полной системой знаний основных методов и приемов устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации в различных жанрах управленческих коммуникаций; – способов делового общения, публичных выступлений, переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций; – различных стратегий представления результатов своей работы для других специалистов.</p>
<p>Второй этап (уровень)</p>	<p>Уметь: 1. Анализировать логическую структуру и определять степень аргументированности письменной и устной речи, создавать различные типы текстов устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации на русском языке в различных жанрах управленческой коммуникации (публичных выступлениях, переговорах, совещаниях, деловой переписки) 2. Корректно использовать в своей деятельности профессиональную лексику на иностранном языке 3. Четко, сжато, убедительно обосновать свою профессиональную позицию, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание; организовывать, проводить и оценивать эффективность переговоров 4. Ставить цели и</p>	<p>Зная содержание процесса обучения, не умеет анализировать логическую структуру и определять степень аргументированности письменной и устной речи, создавать различные типы текстов устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации</p>	<p>Свободно и уверенно умеет анализировать логическую структуру и определять степень аргументированности письменной и устной речи, создавать различные типы текстов устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации на русском языке в различных жанрах управленческой коммуникации (публичных выступлениях, переговорах, совещаниях, деловой переписки); – корректно использовать в своей деятельности профессиональную лексику на иностранном языке, использовать иностранный язык в деловом общении и профессиональной деятельности; – четко, сжато, убедительно обосновать свою профессиональную позицию, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание; организовывать, проводить и оценивать эффективность переговоров; – ставить цели и формулировать задачи представления результатов своей профессиональной деятельности; – поддерживать электронные коммуникации</p>

	<p>формулировать задачи представления результатов своей профессиональной деятельности</p> <p>5. Поддерживать электронные коммуникации</p>		
Третий этап (уровень)	<p>Владеть:</p> <p>1. Навыками выражения своих мыслей и мнения в деловом общении, а также извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам государственного и муниципального управления на продвинутом уровне обучения</p> <p>2. Навыками к обоснованию собственной точки зрения на дискуссионные проблемы государственного и муниципального управления</p> <p>3. Навыками представления результатов своей работы для других специалистов, отстаивания своей позиции в профессиональной среде</p>	<p>Владеет фрагментарными навыками выражения своих мыслей и мнения в деловом общении, а также извлечения необходимой информации из оригинального текста по проблемам государственного и муниципального управления</p>	<p>Демонстрирует в полном объеме навыки выражения своих мыслей и мнения в деловом общении, а также извлечения необходимой информации из оригинального текста по проблемам государственного и муниципального управления на продвинутом уровне обучения; – навыки к обоснованию собственной точки зрения на дискуссионные проблемы государственного и муниципального управления; – навыки представления результатов своей работы для других специалистов, отстаивания своей позиции в профессиональной среде</p>

ПК-9: способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	<p>Знать:</p> <p>основы (теории, модели, разновидности) межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p>	<p>Имеет фрагментарные знания об основах межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p>	<p>Демонстрирует целостные знания основ межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p>
Второй этап (уровень)	<p>Уметь:</p> <p>Анализировать полученные знания в области межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p>	<p>Не способен анализировать полученные знания в области межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p>	<p>Умеет анализировать полученные знания в области межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p>

Третий этап (уровень)	Владеть: Навыками осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций	Не владеет или не способен анализировать полученные знания в области межличностных, групповых и организационных коммуникаций	Демонстрирует владение навыками осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций.
-----------------------	--	--	--

ПК-11: владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения.

Этап (уровень) освоения компетенции и	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: Технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы; Базовые технологии формирования общественного мнения; технологии взаимодействия с населением, СМИ, бизнес-структурами, общественными организациями и политическими партиями, сотрудниками организации	Имеет фрагментарные знания о технологиях формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы; базовых технологиях формирования общественного мнения; технологиях взаимодействия с населением, СМИ, бизнес-структурами, общественными организациями и политическими партиями, сотрудниками организации;	Демонстрирует целостные знания о технологиях формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы; базовых технологиях формирования общественного мнения; технологиях взаимодействия с населением, СМИ, бизнес-структурами, общественными организациями и политическими партиями, сотрудниками организации
Второй этап (уровень)	Уметь: Использовать технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовые технологии формирования общественного мнения; умеет выделять основные институты и процессы публичных отношений	Не умеет использовать технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовые технологии формирования общественного мнения; не умеет выделять основные институты и процессы публичных отношений.	Демонстрирует умение использовать технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовые технологии формирования общественного мнения; умение выделять основные институты и процессы публичных отношений
Третий этап (уровень)	Владеть: Основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы; пользования базовыми технологиями формирования общественного мнения; выполнять работу по изучению общественного мнения, отношений и ожиданий общественности; готовить методические и информационные материалы для сторонних участников	Не способен продемонстрировать навыки владения основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы; пользования базовыми технологиями формирования общественного мнения; не выполнять работу по изучению общественного мнения, отношений и ожиданий общественности; не способен готовить методические и информационные материалы для сторонних участников делового процесса	Демонстрирует владение в полном объеме навыками владения основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы; пользования базовыми технологиями формирования общественного мнения; изучения общественного мнения, отношений и ожиданий общественности; подготовки методических и информационных материалов для сторонних участников делового процесса

	делового процесса		
--	-------------------	--	--

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины *для зачета*: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

для зачета:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),
не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Для очной формы обучения

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	Знать: 1. Основные методы и приемы устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации в различных жанрах управленческих коммуникаций 2. Способы делового общения, публичных выступлений, переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций 3. Различные стратегии представления результатов своей работы для других специалистов	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)	Устный индивидуальный опрос, тестирование
	4. Основы (теории, модели, разновидности) межличностных, групповых и организационных коммуникаций	способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9)	Устный индивидуальный опрос, тестирование
	5. Технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы 6. Базовые технологии формирования общественного мнения; технологии взаимодействия с населением, СМИ, бизнес-структурами, общественными организациями	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11)	Устный индивидуальный опрос, тестирование

	и политическими партиями, сотрудниками организации		
2-й этап Умения	<p>Уметь:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализировать логическую структуру и определять степень аргументированности письменной и устной речи, создавать различные типы текстов устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации на русском языке в различных жанрах управленческой коммуникации (публичных выступлениях, переговорах, совещаниях, деловой переписки) 2. Корректно использовать в своей деятельности профессиональную лексику на иностранном языке 3. Четко, сжато, убедительно обосновать свою профессиональную позицию, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание; организовывать, проводить и оценивать эффективность переговоров 4. Ставить цели и формулировать задачи представления результатов своей профессиональной деятельности 5. Поддерживать электронные коммуникации 	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)	Практическая работа, тестирование
	6. Анализировать полученные знания в области межличностных, групповых и организационных коммуникаций	способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9)	Практическая работа, тестирование
	7. Использовать технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовые технологии формирования общественного мнения; умеет выделять основные институты и процессы публичной политики	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11)	Практическая работа, тестирование
3-й этап Владения навыками	<p>Владеть:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Навыками выражения своих мыслей и мнения в деловом общении, а также извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам государственного и муниципального управления на продвинутом уровне обучения 2. Навыками к обоснованию собственной точки зрения на дискуссионные проблемы государственного и 	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)	Практическая работа, тестирование

	муниципального управления 3. Навыками представления результатов своей работы для других специалистов, отстаивания своей позиции в профессиональной среде		
	4. Навыками осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций	способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9)	Практическая работа, тестирование
	5. Основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы; пользования базовыми технологиями формирования общественного мнения; выполнять работу по изучению общественного мнения, отношений и ожиданий общественности; готовить методические и информационные материалы для посторонних участников делового процесса	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11)	Практическая работа, тестирование

Устный индивидуальный опрос

Устный индивидуальный опрос проводится на семинарских занятиях в рамках изучения новой темы с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения информации.

Примерная тематика семинарских занятий

Тема 1.

Вопросы для группового обсуждения

1. Основные подходы к определению дисциплины «Связи с общественностью в органах власти».
2. Организация общественных связей («публик рилейшнз») как составная часть управленческой деятельности органов власти.
3. Становление и эволюция PR-деятельности в США и Западной Европе. Укажите основателей деятельности по связям с общественностью, их концептуальные идеи.
4. Практика общественных связей в Российской Федерации (современный этап).
5. Практика общественных связей: особенности муниципального уровня управления
6. Принципы осуществления и регуляция PR-деятельности.
7. Основные правовые акты, регулирующие профессиональную деятельность в сфере PR в России (проанализируйте фрагменты основных правовых актов, регулирующих PR-деятельность в РФ, кодексы IPRA, PACO).

Тема 2.

Вопросы для группового обсуждения

1. Основные подходы к анализу содержания и моделированию социальной коммуникации.
2. Структурная модель PR-коммуникации.
3. Социальная информация и информационные процессы в системе связей с общественностью.

4. Основные требования к информации в системе государственного и муниципального управления.
5. PR в системе массовых коммуникаций.
6. Система «коммуникативного менеджмента»: специфика в органах муниципальной власти.
7. Охарактеризуйте известные Вам СМИ, освещающие политические и социальные события в вашем муниципалитете.

Тема 3.

Вопросы для группового обсуждения

1. Исторические особенности формирования общественности
2. Типология общественности: основные подходы
3. Основные этапы управления PR-деятельностью. Планирование и проведение PR-кампании в органах муниципальной власти.
4. Показатели оценки эффективности PR-кампании.
5. Особенности взаимодействия с аудиторией на муниципальном уровне.

Тема 4.

Вопросы для группового обсуждения

1. Общественное мнение как состояние сознания массового типа. Индикаторы, характер и функции общественного мнения.
2. Значение изучения общественного мнения в деятельности органов государственной и муниципальной власти.
3. Формирование общественного мнения. Направления и механизмы организации общественного мнения. Пропаганда и ее значение.
4. Слухи: механизмы порождения и распространения, классификация слухов. Противодействие слухам на муниципальном уровне.
5. Формы взаимодействия органов муниципальной власти и общественных объединений.
6. Кризисные PR. Проблемы управления процессом циркуляции слухов в органах муниципальной власти в условиях чрезвычайной ситуации.

Тема 5.

Вопросы для группового обсуждения

1. Содержание понятия «имидж» и его назначение. Типологизация имиджа.
2. Формирование имиджа органов муниципальной власти.
3. Имидж руководителя органов муниципальной власти.
4. Стратегии управления имиджем и репутацией органов муниципальной власти.
5. Организационная культура муниципальных служащих как фактор формирования имиджа институтов власти (приведите примеры, исходя из опыта прохождения практики).

Тема 6.

Вопросы для группового обсуждения

1. СМИ в системе PR. Общая стратегия построения отношений с журналистами.
2. Основные правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ.
3. Менеджмент новостей. Конструирование и продвижение новостей. Информационный повод.
4. Организационные структуры по связям со СМИ на муниципальном уровне. Работа пресс-службы и пресс-секретаря.
5. Использование СМИ в неформальных оперативных (вторичных) исследованиях: тематические или проблемные обзоры материалов в СМИ, пресс-клиппинг, медиа-досье,

Internet web-site.

Тема 7.

Вопросы для группового обсуждения

1. Социальная информация и информационные процессы в управленческой деятельности.
2. Информационная политика как средство регулирования общественных отношений на муниципальном уровне.
3. Цели, задачи, принципы и методы реализации информационной политики.
4. Основные направления функционирования ИАС: организация оборота информации, работа с информацией, работа с основными социальными субъектами, аналитическая работа, информирование, подготовка решений, принятие решений.
5. Особенности взаимодействия органов муниципальной власти и СМИ.
6. Лоббирование групповых и корпоративных интересов как коммуникативный механизм взаимодействия в политической сфере (приведите примеры Вашего региона/муниципалитета).
7. Информационно-аналитические отделы и направления их деятельности на муниципальном уровне.
8. Информационные ресурсы органов власти на муниципальном уровне.

Студент излагает содержание вопроса изученной темы, в соответствии с тематикой практических занятий.

Критерии и методика оценивания:

- 5 баллов выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, показано уверенное владение нормативной базой;
- 4 балла выставляется студенту, допущены один-два недочета при освещении основного содержания ответа, нет определенной логической последовательности, неточно используется специализированная терминология, имеются определенные затруднения;
- 3-2 балла выставляется студенту, если допущены грубые ошибки в определении понятий, использовании терминологии;
- 1 балл нет общего понимания вопроса;
- 0 баллов студент не готов к ответу.

Типовые задания для практических работ

Задание 1. Планирование и разработка локальной (на примере муниципального района или образования РБ) PR-кампании в политической сфере.

Цель: спланировать и разработать локальную PR-кампанию в политической сфере на конкретном примере.

Задачи:

1. Составить план PR-кампании.
2. Уточнить набор основных используемых PR- средств:
 - пресс-конференции;
 - взаимодействие со СМИ;
 - рассылка по электронной почте;
 - «горячая линия»;
 - реклама в средствах массовой информации (используется для усиления PR- средств) - это реклама в печати, на телевидении, радио и т.д.

- уличная реклама (используется для усиления PR- средств) имеет определенное месторасположения, небольшой объем информации, содержит большей частью символы и картинки.
 - PR-спонсорство.
3. Прогноз эффективности PR-кампании.

Критерии и методика оценивания:

- 0 баллов – работа студентом не представлена;
- 1-5 баллов выставляется студенту, если работа выполнена с ошибками, без заключения и презентации;
- 6-9 балла выставляется студенту, если работа выполнена, есть заключение, но без презентации;
- 10-12 баллов выставляется студенту, если работа выполнена, имеется заключение, презентация результатов, но студент в изложении материала допускает незначительные ошибки;
- 13-15 баллов выставляется студенту, если работа выполнена, имеется полноценное заключение и презентация результатов.

Примерные тесты

Тестирование студентов проводится с целью осуществления рубежного контроля после модуля 1 и 2. В каждом варианте 25 вопросов закрытого типа, в каждом вопросе 4 варианта ответа и один правильный ответ.

1. Понятие общественного мнения было впервые разработано:

- 1) в России
- 2) в Германии
- 3) во Франции
- 4) в США

2. Когда были сформулированы основные принципы PR-деятельности

- 1) 90-е гг. 20 века
- 2) 50-е гг. 20 века
- 3) 20-е гг. 20 века
- 4) 70-е гг. 20 века

3. Субъектами PR могут быть:

- 1) отдельная личность
- 2) организации по связям с общественностью
- 3) группа людей, имеющие профессиональный опыт в области PR
- 4) все выше перечисленное

4. Выберите неправильное утверждение:

- 1) PR-службы должны действовать по принципу полного умалчивания проблем и кризиса
- 2) PR-службы должны обязательно доводить информацию до целевой аудитории
- 3) PR-службы должны осуществлять контроль за тем, чтобы информация о кризисе была доведена до общественности без искажения
- 4) нет ответа

5. В настоящее время предприятия проводят выставки, презентации, подготовку

фильмов, в которых описывается их деятельность непосредственного производства, а этим занимаются:

- 1) отдел предприятия по планированию кадров;
- 2) общественные организации;
- 3) отдел по связям с общественностью
- 4) все выше перечисленное.

Критерии и методика оценивания: за каждый правильный ответ студент получает 1 балл, общее количество набранных баллов от 0 до 25 баллов, для прохождения процедуры рубежного контроля необходимо набрать не менее 15 баллов.

Для заочной формы обучения

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	Знать: 1. Основные методы и приемы устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации в различных жанрах управленческих коммуникаций 2. Способы делового общения, публичных выступлений, переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций 3. Различные стратегии представления результатов своей работы для других специалистов	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)	Дискуссия, контрольная работа
	4. Основы (теории, модели, разновидности) межличностных, групповых и организационных коммуникаций	способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9)	Дискуссия, контрольная работа
	5. Технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы 6. Базовые технологии формирования общественного мнения; технологии взаимодействия с населением, СМИ, бизнес-структурами, общественными организациями и политическими партиями, сотрудниками организации	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11)	Дискуссия, контрольная работа
2-й этап Умения	Уметь: 1. Анализировать логическую структуру и определять степень аргументированности письменной и устной речи, создавать различные типы текстов устной, письменной, виртуальной и смешанной коммуникации на русском языке в различных жанрах управленческой коммуникации (публичных выступлениях, переговорах, совещаниях,	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)	Дискуссия, тестирование, решение ситуационных задач (кейсов), контрольная работа

	<p>деловой переписки)</p> <p>2. Корректно использовать в своей деятельности профессиональную лексику на иностранном языке</p> <p>3. Четко, сжато, убедительно обосновать свою профессиональную позицию, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание; организовывать, проводить и оценивать эффективность переговоров</p> <p>4. Ставить цели и формулировать задачи представления результатов своей профессиональной деятельности</p> <p>5. Поддерживать электронные коммуникации</p>		
	6. Анализировать полученные знания в области межличностных, групповых и организационных коммуникаций	способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9)	Дискуссия, тестирование, решение ситуационных задач (кейсов), контрольная работа
	7. Использовать технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовые технологии формирования общественного мнения; умеет выделять основные институты и процессы публич рилейшнз	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11)	Дискуссия, тестирование, решение ситуационных задач (кейсов), контрольная работа
3-й этап Владения навыками	<p>Владеть:</p> <p>1. Навыками выражения своих мыслей и мнения в деловом общении, а также извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам государственного и муниципального управления на продвинутом уровне обучения</p> <p>2. Навыками к обоснованию собственной точки зрения на дискуссионные проблемы государственного и муниципального управления</p> <p>3. Навыками представления результатов своей работы для других специалистов, отстаивания своей позиции в профессиональной среде</p>	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)	Дискуссия, тестирование, решение ситуационных задач (кейсов), контрольная работа
	4. Навыками осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций	способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9)	Дискуссия, тестирование, решение ситуационных задач (кейсов), контрольная работа
	5. Основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа	Дискуссия, тестирование, решение ситуационных

	муниципальной службы; пользования базовыми технологиями формирования общественного мнения; выполнять работу по изучению общественного мнения, отношений и ожиданий общественности; готовить методические и информационные материалы для посторонних участников делового процесса	государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11)	задач (кейсов), контрольная работа
--	---	---	---------------------------------------

Примерная тематика для дискуссии

1. Предыстория PR (США, Западная Европа).
2. Особенности проявления PR-деятельности в античности и в средневековье.
3. «Отцы-основатели» PR (Айви Ли, Эд. Бернейз, Саймон Блэк).
4. Эволюция концепций PR.
5. Информационно-аналитические отделы и направления их деятельности на муниципальном уровне.
6. Управление имиджем муниципального органа власти.
7. Организационная культура муниципального органа власти.
8. Вербальные коммуникации: публичные выступления, правила составления текстов.
9. Имидж и миф. Технологии построения имиджа муниципального служащего.
10. Общественное мнение и его стереотипы.
11. Методы изучения общественного мнения на муниципальном уровне.
12. Формирование общественного мнения, «обратная связь».
13. Внутренние отношения в организации на примере муниципального органа власти как деятельность по связям с общественностью
14. Связи с различными группами общественности на примере муниципального органа власти как деятельность по связям с общественностью
15. Организация кампаний по связям с общественностью на муниципальном уровне.
16. Управление связями с общественностью на муниципальном уровне в условиях кризиса/чрезвычайной ситуации.
17. Менеджмент новостей. Конструирование и продвижение новостей. Информационный повод.
18. Слухи: механизмы порождения и распространения, классификация слухов. Противодействие слухам на муниципальном уровне.
19. Формы взаимодействия органов муниципальной власти и общественных объединений.
20. Планирование результатов PR-деятельности на муниципальном уровне.
21. Специализированные сферы PR-работы на муниципальном уровне.
22. Перспективы будущего развития связей с общественностью на муниципальном уровне.
23. Система «коммуникативного менеджмента»: специфика в органах муниципальной власти.
24. Охарактеризуйте известные Вам СМИ, освещающие политические и социальные события в вашем муниципалитете.
25. Информационная политика как средство регулирования общественных отношений на муниципальном уровне.

Студент излагает содержание вопроса изученной темы, в соответствии с тематикой практических занятий.

Критерии и методика оценивания:

- «отлично» - выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, показано уверенное владение нормативной базой;

- «хорошо» - выставляется студенту, допущены один-два недочета при освещении основного содержания вопросов билета, нет определенной логической последовательности, неточно используется специализированная терминология;

- «удовлетворительно» - выставляется студенту, если нет общего понимания вопроса, имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии;

- «неудовлетворительно» - выставляется студенту, если нет общего понимания вопроса, имеются грубые ошибки в определении понятий, использовании терминологии / ответ не получен.

Решение ситуационных задач (кейсов)

Ситуация 1.

Исходная позиция (роль).

Вас только что назначили на должность руководителя отдела по связям с общественностью местной администрации. В наследство от предыдущего руководителя пресс-службы вам остался штат из трех сотрудников, профессиональная подготовка которых не устраивает вас. Следует отметить, что на низком уровне находится не только их квалификация, они привыкли выполнять лишь технические функции, и практически лишены мотивации к профессиональному развитию. При этом обновить штат вы не можете, поэтому приходится работать с тем, кто есть. Ведь не вам же выполнять всю работу! Добейтесь того, чтобы штат вашей небольшой пресс-службы стал удовлетворять необходимым требованиям качества выполнения задач.

Описание задания.

1. Определите круг тех навыков и знаний, которыми должны обладать ваши подчиненные.

2. Напишите программу занятий для своих сотрудников, учитывая специфику деятельности органов исполнительной власти (на выбор можно взять любую администрацию, с чьей деятельностью Вы знакомы).

3. Определите, кто будет заниматься с сотрудниками и в чем будет заключаться процесс обучения.

4. Создайте систему критериев оценки качества проведенного обучения.

Критерии и методика оценивания:

Критерии и методика оценивания:

- «отлично» - выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, показано уверенное владение нормативной базой;

- «хорошо» - выставляется студенту, допущены один-два недочета при освещении основного содержания вопросов, нет определенной логической последовательности, неточно используется специализированная терминология;

- «удовлетворительно» - выставляется студенту, если нет общего понимания вопроса, имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии;

- «неудовлетворительно» - выставляется студенту, если нет общего понимания вопроса, имеются грубые ошибки в определении понятий, использовании терминологии / ответ не получен.

Примерные тесты

Тестирование студентов заочной формы обучения проводится с целью осуществления текущего контроля. В каждом варианте 25 вопросов закрытого типа, в каждом вопросе 4 варианта ответа и один правильный ответ.

1. Выберите определение, соответствующее понятию «манипулирование» - это:

- 1) распространение действительных или заведомо правдивых сведений для достижения пропагандистских, политических, военных и других целей;
- 2) простой способ, предлагающий прямой обман тех, кого информируют;
- 3) система информационно – технических действий, принципом которой является обеспечение реализации политических целей на основе более или менее уважительного отношения к гражданам, как к потребителям информации, где главным принципом выступает открытость информации;
- 4) тип скрытого и неявного информирования, программирование намерений получателя информации, которые построены на игнорировании роли получателя информации и по отношению к нему, как к средству достижения собственных целей.

2. Выберите определение, которое наиболее полно подходит к понятию «PR технологии» - это:

- 1) распространение искаженных или заведомо ложных сведений для достижения пропагандистских, политических, военных и других целей;
- 2) важнейший структурный компонент в политической сфере, при помощи которого властные структуры поддерживают связи с населением и пытаются оказать на него целенаправленное воздействие;
- 3) система информационно – технических действий, принципом которой является обеспечение реализации политических целей на основе более или менее уважительного отношения к гражданам, как к потребителям информации;
- 4) вид технологии манипулирования неразрывно связан с провоцированием политических скандалов, психологическим давлением на обывателя, чтобы нанести непоправимый ущерб конкуренту в глазах обывателя.

3. Вычеркните лишнее, не относящееся к принципам «белого» PR:

- 1) Открытость информации;
- 2) Взаимная выгода тех, кто информирует и тех, кто получает информацию;
- 3) Поддержка доверия общественности к организации;
- 4) Уважительное отношение к общественности и опора на общественное мнение

4. Что представляет собой составление социально-психологической и политической матрицы избирателей данного округа, населенного пункта, района, региона или страны в целом:

- 1) выяснение оценки гражданами прошедших выборов, степень их объективности, их ожидания от избранного лица и его действий и пр.;
- 2) разработка предвыборной программы кандидата;
- 3) детальное, поэтапное обследование результатов пропагандистского воздействия на избирателей, результатов компаний конкурентов и результатов противодействия конкурентам;
- 4) целый ряд исследований, направленных на изучение экономического, социального, культурного и пр. положения в данной территории, изучается статистика, рассматриваются итоги прошедших выборов, степень влияния политических партий, разбивка избирателей на группы по имущественному, национальному, половозрастному, политическому, социальному признакам и пр.

5. Эпоха PR-деятельности начала XIX века получила название:

- 1) Эра манипулирования
- 2) Эра информирования
- 3) Эра убеждения
- 4) нет правильного ответа.

Критерии и методика оценивания: Порог прохождения тестирования – 60% правильных ответов.

Примерная тематика контрольных работ

Учебным планом для студентов, обучающихся по заочной форме, предусмотрено выполнение контрольной работы. Она должна быть представлена в письменной форме. Для этого студент знакомится с методическими указаниями по выполнению и выбирает тему контрольной работы. Работа выполняется в соответствии с Методическими указаниями по написанию и оформлению контрольных работ ИИГУ (<http://www.bashedu.ru/ru/organizatsiya-uchebnoi-raboty>).

1. Понятие связей с общественностью (PR).
2. История возникновения и развития PR в XX веке.
3. Социальные и политические функции связей с общественностью на муниципальном уровне.
4. Коммуникативные основы PR на муниципальном уровне.
5. Социально-психологические основы PR на муниципальном уровне.
6. Связи с общественностью в системе коммуникативного менеджмента.
7. Модели связей с общественностью и особенности их практического применения.
8. PR-кампания и её этапы.
9. Применение SWOT-анализа в связях с общественностью на муниципальном уровне.
10. Моделирование общественности. Целевые группы.
11. Средства массовой коммуникации и их применение в PR-деятельности.
12. Виды информационных материалов: пресс-релиз, пресс-кит, презентация.
13. Виды публичных мероприятий и их особенности на муниципальном уровне.
14. Принципы организации пресс-конференции органа муниципальной власти.
15. Механизмы управления общественным мнением на муниципальном уровне
16. Механизмы управления публичным имиджем муниципального органа власти.
17. Специфика media relations в органах муниципальной власти.
18. Особенности коммуникаций органов власти с общественными и религиозными объединениями.
19. Общественная палата РФ, общественные советы, иные совещательные и консультативные органы как элементы государственных PR.
20. Место и роль PR-технологий во взаимоотношениях органов муниципальной власти и политических объединений.
21. Публичные массовые мероприятия как элемент PR-деятельности органов муниципальной власти и политических объединений.
22. Связи с общественностью в избирательном процессе на муниципальном уровне.
23. Государственная информационная политика: понятие, функции, реализация в России
24. Понятие и роль публичного имиджа в сфере политики.
25. Базовые технологии формирования публичного имиджа политика.
26. Особенности применения связей с общественностью в гражданских кампаниях на муниципальном уровне.

27. Government relations: принципы лоббистской деятельности.
 28. Антикризисные PR в контексте муниципального управления.

Защита контрольной работы

Проводится в форме устного опроса после выполнения работы.

Критерии и методика оценивания:

Критерии оценки	Распределение баллов
нет контрольной работы / существенные замечания и ошибки в ответе / имеются некоторые несущественные замечания и ошибки, точный ответ	Не допущен с зачету / доработка / зачтено

Типовые материалы к зачету

1. Исторические корни связей с общественностью: социальные, экономические, политические причины возникновения связей с общественностью как науки.
2. Место и роль связей с общественностью в современном российском обществе. Значение знаний, умений и навыков по связям с общественностью в деятельности специалиста по государственному и муниципальному управлению.
3. Анализ определений «паблик рилейшнз».
4. Общие психологические основания PR-деятельности.
5. PR и пропаганда: сходства и различия.
6. Понятие коммуникации и ее роль в осуществлении PR-деятельности.
7. Коммуникативный процесс: коммуникатор, канал коммуникации, содержание сообщения, аудитория, эффект.
8. Коммуникативные основы PR-технологий.
9. Общественность и общественное мнение как главные объекты воздействия «паблик рилейшнз».
10. Общественность и ее основные разновидности на муниципальном уровне.
11. Общественное мнение: понятие, структура, механизмы формирования на муниципальном уровне.
12. Целевая аудитория, ключевая аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения.
13. Основные этапы PR-деятельности: исследование проблемы, постановка целей, разработка стратегии и тактики действий, реализация плана, оценка результатов и внесение корректировок.
14. Методы и средства PR-деятельности на муниципальном уровне.
15. Правовые основы связей с общественностью в органах власти.
16. Имидж как психологическая PR-категория.
17. Психологические рекомендации по формированию положительного имиджа муниципального органа власти.
18. Общие характеристики объектов PR-управления.
19. Стилеобразующие характеристики PR-управления.
20. СМИ как звено в системе PR-взаимоотношений.
21. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
22. Формы подачи информационно-новостных материалов: пресс-конференция, конференция, презентация, пресс-тур, пресс-релизы, интервью и т. п.
23. Престиж как элемент формирования организации в обществе. Мероприятия по поддержанию и корректировке престижа в органах муниципальной власти.
24. Организационные структуры связей с общественностью в органах муниципальной власти.

25. Понятие кризисных ситуаций и основные причины их возникновения.
26. Профилактика возникновения кризисных ситуаций при установлении связей с общественностью в органах муниципальной власти.
27. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций, специфика управления коммуникациями в условиях кризиса в органах муниципальной власти.
28. Особенности психологического восприятия информации в кризисных ситуациях.
29. Благотворительность и ее значение в формировании общественного мнения. Виды благотворительности.
30. Организация и направления благотворительной деятельности. Фандрайзинг и спонсоринг.
31. Значение благотворительности в процессе взаимодействия муниципального органа власти и общественности.

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей дисциплины, перечисленных в рейтинг-плане дисциплины.

По данной дисциплине формой итогового контроля является зачет и студент (очной формы обучения) по итогам текущего и рубежного контроля должен набрать не менее 60 баллов, преподаватель обязан аттестовать студента без его участия в процедуре зачета, но с обязательным предоставлением студентом зачётной книжки.

Критерии оценки (в баллах):

- «Зачтено» выставляется студенту, если он набрал по результатам изучения дисциплины 60 баллов и более;
- «Не зачтено» выставляется студенту, если он набрал менее 59 баллов.

Для студентов заочной формы обучения зачет сдается в форме тестовых заданий, которые составляются по вопросам зачета. Порог прохождения тестирования – 60% правильных ответов. Если обучающийся не преодолел установленный порог, то он направляется на пересдачу дисциплины.

4.3.Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении Б.

5.Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / С.Н. Булатова. - Кемерово: КемГУКИ, 2012. - 80 с. - ISBN 978-5-8154-0229-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227790>
2. Ильин, А.С. Теория и практика связей с общественностью: курс лекций / А.С. Ильин. - М.: КноРус, 2014. - 208 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-406-03609-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=252783>

Дополнительная литература

1. Шарков, Ф.И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии : монография / Ф.И. Шарков, В.В. Силкин ; Международная академия коммуникологии. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»,

2018. - 304 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03065-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495727>

2. Чумиков, А.Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник статей / А.Н. Чумиков. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 106 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6019-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635>

3. Муромцева, А.В. Искусство презентации: основные правила и практические рекомендации / А.В. Муромцева. - Москва : Издательство «Флинта», 2017. - 110 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9765-1005-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363614>

4. Матвеев, А.Е. Роль PR-акций в формировании имиджа / А.Е. Матвеев. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 127 с. - ISBN 978-5-504-00088-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142361>

5. Попова, Г. Коммуникационная политика / Г. Попова. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 61 с. - ISBN 978-5-905815-11-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97148>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

- <http://www.management.com.ua>

- www.emeraldinsight.com/ft

- <http://search.epnet.com>

- <http://proquest.umi.com/login>

- <http://www.ecsocman.edu.ru>

- Словари и энциклопедии On-Line- <http://www.dic.academic.ru>

- Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

- Электронная библиотечная система БашГУ – www.bashlib.ru

- Электронная библиотечная система «ЭББашГУ» - <https://elib.bashedu.ru/>

- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» -

<https://biblioclub.ru/>

- Электронная библиотечная система издательства «Лань» - <https://e.lanbook.com/>

- Электронный каталог Библиотеки БашГУ - <http://www.bashlib.ru/catalogi/>

- Справочная правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant-plus.ru>

Библиотеки электронных ресурсов

1. <http://www.rsl.ru> Российская государственная библиотека (бывшая им. В.И. Ленина).

2. <http://www.nlr.ru> Российская национальная библиотека.

3. <http://www.km.ru> Портал "Кирилл и Мефодий".

Программное обеспечение:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.

2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения Реквизиты подтверждающего документа
1	2	3
<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 509 (гуманитарный корпус), аудитория № 515 (гуманитарный корпус), аудитория № 419 (гуманитарный корпус).</p> <p>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 607 (гуманитарный корпус), аудитория № 609 (гуманитарный корпус), Аудитория № 610.</p> <p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, аудитория № 509 (гуманитарный корпус), аудитория № 609 (гуманитарный корпус).</p> <p>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 509 (гуманитарный корпус), аудитория № 609 (гуманитарный корпус).</p> <p>5. помещения для самостоятельной работы: аудитория № 345 (главный корпус), аудитория № 613 (гуманитарный корпус), читальный зал ауд. № 402 (гуманитарный корпус).</p> <p>6. Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования аудитория № 523 (гуманитарный корпус)</p>	<p>Аудитория № 509 Учебная мебель, доска, мобильное мультимедийное оборудование.</p> <p>Аудитория № 515 Учебная мебель, доска, терминал видео конференц-связи LifeSize Icon 600-камера, интер-ая система со встроенным короткофокусным проектором Promethean ActivBoard 387 RPO MOUNT EST, профессиональный LCD дисплей Flame 42ST, настольный интерактивный дисплей SMART Podium SP518 с ПО SMART Notebook, матричный коммутатор сигналов интерфейса HDMI CMPRO 4H4H, интер-ая напольная кафедра докладчика, ком-ер встраиваемый в кафедру INTEL Core i3-4150/DDR3 4 Gb/HDD 1TB/DVD-RW/Therm altake VL520B1N2E 220W/Win8Pro64, стол, трибуна, кресла секционные последующих рядов с пюпитром.</p> <p>Аудитория № 419 Учебная мебель, Проектор Optoma Ex542 i – 1 шт., Экран настенный Dinon – 1 шт.</p> <p>Аудитория № 509 Учебная мебель, доска, мобильное мультимедийное оборудование</p> <p>Аудитория № 607 Учебная мебель, доска, мобильное мультимедийное оборудование.</p> <p>Аудитория № 609 Учебная мебель, доска, мобильное мультимедийное оборудование.</p> <p>Аудитория 610 Учебная мебель, доска, учебно-наглядные пособия, LED Телевизор TCLL55P6 USBLACK – 1 шт., кронштейн для телевизора NBP 5 – 1 шт., Кабель HDMI (m)-HDH(m)ver14,10м</p> <p>Аудитория № 345 Учебная мебель, доска, компьютеры – 11 штук, экран, проектор NEC V 230 X – 1 шт, ноутбук HP- 1 шт.</p> <p>Аудитория № 613 Учебная мебель, доска, моноблок стационарный – 15 шт.</p> <p>Аудитория № 402 Учебная мебель, компьютеры в ком-те Монитор Samsung, сист.блок ASUS – 5штук, стеллажи, шкаф стеллаж, шкаф карточный, шкаф, шкаф комбинированный.</p> <p>Аудитория № 523 Шкаф-стеллаж – 4 шт., стол-1 шт., стул – 2 шт.</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.</p>

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ИСТОРИИ И ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины **Связи с общественностью в органах власти**
на 5 семестр

очная форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3 ЗЕТ/108 часов
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	36,2
лекций	18
практических/ семинарских	18
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	71,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	-

Форма(ы) контроля:

экзамен _____ - _____ семестр

зачет _____ 5 _____ семестр

№	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоёмкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР / Сем	ЛР	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 1.								
1	Тема 1. «Связи с общественностью в органах власти» как научно-прикладная дисциплина 1. Основные подходы к определению дисциплины «Связи с общественностью в органах власти». 2. Организация общественных связей («паблик рилейшнз») как составная часть управленческой деятельности органов власти. 3. Становление и эволюция PR-деятельности в США и Западной Европе. Укажите основателей деятельности по связям с общественностью, их концептуальные идеи. 4. Практика общественных связей в Российской	2	2	-	8	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников	Устный индивидуальный опрос

	<p>Федерации (современный этап).</p> <p>5. Практика общественных связей: особенности муниципального уровня управления</p> <p>6. Принципы осуществления и регуляция PR-деятельности.</p> <p>7. Основные правовые акты, регулирующие профессиональную деятельность в сфере PR в России (проанализируйте фрагменты основных правовых актов, регулирующих PR-деятельность в РФ, кодексы IPRA, PACO).</p>							
2	<p>Тема 2. Коммуникативное пространство как сфера связей с общественностью</p> <p>1. Основные подходы к анализу содержания и моделированию социальной коммуникации.</p> <p>2. Структурная модель PR-коммуникации.</p> <p>3. Социальная информация и информационные процессы в системе</p>	2	2	-	8	<p>Осн: 1-2 Доп: 1-5</p>	<p>Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников</p>	<p>Устный индивидуальный опрос</p>

	<p>связей с общественностью.</p> <p>4. Основные требования к информации в системе государственного и муниципального управления.</p> <p>5. PR в системе массовых коммуникаций.</p> <p>6. Система «коммуникативного менеджмента»: специфика в органах муниципальной власти.</p> <p>7. Охарактеризуйте известные Вам СМИ, освещающие политические и социальные события в вашем муниципалитете.</p>							
3	<p>Тема 3. Организация деятельности по связям с общественностью в органах власти</p> <p>1. Исторические особенности формирования общественности</p> <p>2. Типология общественности: основные подходы</p> <p>3. Основные этапы управления PR-деятельностью. Планирование и</p>	2	2	-	8	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников	Устный индивидуальный опрос

	<p>проведение PR-кампании в органах муниципальной власти.</p> <p>4. Показатели оценки эффективности PR-кампании.</p> <p>5. Особенности взаимодействия с аудиторией на муниципальном уровне.</p>							
4	<p>Тема 4. Общественное мнение как объект формирования в системе общественных связей</p> <p>1. Общественное мнение как состояние сознания массового типа. Индикаторы, характер и функции общественного мнения.</p> <p>2. Значение изучения общественного мнения в деятельности органов государственной и муниципальной власти.</p> <p>3. Формирование общественного мнения. Направления и механизмы организации общественного мнения. Пропаганда и ее значение.</p>	3	3	-	10	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников	Устный индивидуальный опрос, практическая работа, защита практической работы

	<p>4. Слухи: механизмы порождения и распространения, классификация слухов. Противодействие слухам на муниципальном уровне.</p> <p>5. Формы взаимодействия органов муниципальной власти и общественных объединений.</p> <p>6. Кризисные PR. Проблемы управления процессом циркуляции слухов в органах муниципальной власти в условиях чрезвычайной ситуации.</p>							
Модуль 2.								
5	<p>Тема 5. Управление имиджем и репутацией в системе ГМУ</p> <p>1. Содержание понятия «имидж» и его назначение. Типологизация имиджа.</p> <p>2. Формирование имиджа органов</p>	2	2	-	10	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников	Устный индивидуальный опрос

	<p>муниципальной власти.</p> <p>3. Имидж руководителя органов муниципальной власти.</p> <p>4. Стратегии управления имиджем и репутацией органов муниципальной власти.</p> <p>5. Организационная культура муниципальных служащих как фактор формирования имиджа институтов власти (приведите примеры, исходя из опыта прохождения практики).</p>							
6	<p>Тема 6. Организация отношений со средствами массовой информации</p> <p>1. СМИ в системе PR. Общая стратегия построения отношений с журналистами.</p> <p>2. Основные правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ.</p> <p>3. Менеджмент новостей. Конструирование и продвижение</p>	2	2	-	10	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников	Устный индивидуальный опрос

	<p>новостей. Информационный повод. 4. Организационные структуры по связям со СМИ на муниципальном уровне. Работа пресс-службы и пресс-секретаря. 5. Использование СМИ в неформальных оперативных (вторичных) исследованиях: тематические или проблемные обзоры материалов в СМИ, пресс-клиппинг, медиа-досье, Internet web-site.</p>							
7	<p>Тема 7. Государственная информационная политика как средство регулирования общественных отношений 1. Социальная информация и информационные процессы в управленческой деятельности. 4. Информационная политика как средство регулирования общественных</p>	5	5	-	17,8	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников	Устный индивидуальный опрос, практическая работа, защита практической работы

<p>отношений на муниципальном уровне.</p> <p>5. Цели, задачи, принципы и методы реализации информационной политики.</p> <p>4. Основные направления функционирования ИАС: организация оборота информации, работа с информацией, работа с основными социальными субъектами, аналитическая работа, информирование, подготовка решений, принятие решений.</p> <p>5. Особенности взаимодействия органов муниципальной власти и СМИ.</p> <p>6. Лоббирование групповых и корпоративных интересов как коммуникативный механизм взаимодействия в политической сфере (приведите примеры Вашего региона/муниципалитета).</p> <p>7. Информационно-</p>									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

аналитические отделы и направления их деятельности на муниципальном уровне. 8.Информационные ресурсы органов власти на муниципальном уровне								
Всего часов	18	18	-	71,8				

заочная форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3 ЗЕТ/108 часов
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	14,7
лекций	8
практических/ семинарских	6
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,7
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	89,3
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	4

Форма(ы) контроля:

экзамен _____ - _____ курс

зачет _____ 4 _____ курс

№	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР / Сем	ЛР	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 1.								
1	Тема 1. «Связи с общественностью в органах власти» как научно-прикладная дисциплина 3. Основные подходы к определению дисциплины «Связи с общественностью в органах власти». 4. Организация общественных связей («паблик рилейшнз») как составная часть управленческой деятельности органов власти. 3. Становление и эволюция PR-деятельности в США и Западной Европе. Укажите основателей деятельности по связям с общественностью, их концептуальные идеи. 4. Практика общественных связей в Российской Федерации (современный этап).	2	-	-	13	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников для подготовки к защите контрольной работы	Дискуссия, контрольная работа

	<p>5. Практика общественных связей: особенности муниципального уровня управления</p> <p>6. Принципы осуществления и регуляция PR-деятельности.</p> <p>7. Основные правовые акты, регулирующие профессиональную деятельность в сфере PR в России (проанализируйте фрагменты основных правовых актов, регулирующих PR-деятельность в РФ, кодексы IPRA, PACO).</p>							
2	<p>Тема 2. Коммуникативное пространство как сфера связей с общественностью</p> <p>1. Основные подходы к анализу содержания и моделированию социальной коммуникации.</p> <p>2. Структурная модель PR-коммуникации.</p> <p>3. Социальная информация и информационные процессы в системе связей с общественностью.</p> <p>4. Основные требования к</p>	1	1	-	13	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников для подготовки к защите контрольной работы	Дискуссия, тестирование, решение ситуационных задач (кейсов), контрольная работа

	<p>информации в системе государственного и муниципального управления.</p> <p>5. PR в системе массовых коммуникаций.</p> <p>6. Система «коммуникативного менеджмента»: специфика в органах муниципальной власти.</p> <p>7. Охарактеризуйте известные Вам СМИ, освещающие политические и социальные события в вашем муниципалитете.</p>							
3	<p>Тема 3. Организация деятельности по связям с общественностью в органах власти</p> <p>3. Исторические особенности формирования общественности</p> <p>4. Типология общественности: основные подходы</p> <p>3. Основные этапы управления PR-деятельностью. Планирование и проведение PR-кампании в органах муниципальной власти.</p> <p>4. Показатели оценки эффективности PR-</p>	1	1	-	13	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников для подготовки к защите контрольной работы	<p>Дискуссия, тестирование, решение ситуационных задач (кейсов),</p> <p>контрольная работа</p>

	кампании. 5. Особенности взаимодействия с аудиторией на муниципальном уровне.							
4	Тема 4. Общественное мнение как объект формирования в системе общественных связей 1. Общественное мнение как состояние сознания массового типа. Индикаторы, характер и функции общественного мнения. 2. Значение изучения общественного мнения в деятельности органов государственной и муниципальной власти. 3. Формирование общественного мнения. Направления и механизмы организации общественного мнения. Пропаганда и ее значение. 4. Слухи: механизмы порождения и распространения, классификация слухов. Противодействие слухам на	1	1	-	13	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников для подготовки к защите контрольной работы	Дискуссия, тестирование, решение ситуационных задач (кейсов), контрольная работа

	<p>муниципальном уровне.</p> <p>5. Формы взаимодействия органов муниципальной власти и общественных объединений.</p> <p>6. Кризисные PR. Проблемы управления процессом циркуляции слухов в органах муниципальной власти в условиях чрезвычайной ситуации.</p>							
Модуль 2.								
5	<p>Тема 5. Управление имиджем и репутацией в системе ГМУ</p> <p>1. Содержание понятия «имидж» и его назначение. Типологизация имиджа.</p> <p>2. Формирование имиджа органов муниципальной власти.</p> <p>3. Имидж руководителя органов муниципальной власти.</p> <p>4. Стратегии управления имиджем и репутацией органов</p>	1	1	-	13	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников для подготовки к защите контрольной работы	<p>Дискуссия, тестирование, решение ситуационных задач (кейсов),</p> <p>контрольная работа</p>

	муниципальной власти. 5. Организационная культура муниципальных служащих как фактор формирования имиджа институтов власти (приведите примеры, исходя из опыта прохождения практики).							
6	Тема 6. Организация отношений со средствами массовой информации 1. СМИ в системе PR. Общая стратегия построения отношений с журналистами. 2. Основные правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ. 3. Менеджмент новостей. Конструирование и продвижение новостей. Информационный повод. 4. Организационные структуры по связям со СМИ на муниципальном уровне. Работа пресс-службы и пресс-секретаря. 5. Использование СМИ в	1	1	-	13	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников для подготовки к защите контрольной работы	Дискуссия, тестирование, решение ситуационных задач (кейсов), контрольная работа

	неформальных оперативных (вторичных) исследованиях: тематические или проблемные обзоры материалов в СМИ, пресс-клиппинг, медиа-досье, Internet web-site.							
7	<p>Тема 7. Государственная информационная политика как средство регулирования общественных отношений</p> <p>1. Социальная информация и информационные процессы в управленческой деятельности.</p> <p>6. Информационная политика как средство регулирования общественных отношений на муниципальном уровне.</p> <p>7. Цели, задачи, принципы и методы реализации информационной политики.</p> <p>4. Основные направления функционирования ИАС: организация оборота информации, работа с</p>	1	1	-	11,3	Осн: 1-2 Доп: 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников для подготовки к защите контрольной работы	<p>Дискуссия, тестирование, решение ситуационных задач (кейсов),</p> <p>контрольная работа</p>

<p>информацией, работа с основными социальными субъектами, аналитическая работа, информирование, подготовка решений, принятие решений.</p> <p>5. Особенности взаимодействия органов муниципальной власти и СМИ.</p> <p>6. Лоббирование групповых и корпоративных интересов как коммуникативный механизм взаимодействия в политической сфере (приведите примеры Вашего региона/муниципалитета).</p> <p>7. Информационно-аналитические отделы и направления их деятельности на муниципальном уровне.</p> <p>8. Информационные ресурсы органов власти на муниципальном уровне</p>								
<p>Всего часов</p>	<p>8</p>	<p>6</p>	<p>-</p>	<p>89,3</p>				

**Рейтинг – план дисциплины
Связи с общественностью в органах власти**

Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление
Курс 3, семестр 5

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1				
Текущий контроль			0	25
1. Аудиторная работа			0	
1.1 Устный индивидуальный опрос	5	2	0	10
1.2 Выполнение/защита практ. работы	15	1	0	15
Рубежный контроль			0	25
1. Тестирование	25	1	0	25
Модуль 2				
Текущий контроль			0	25
1. Аудиторная работа			0	
1.1 Устный индивидуальный опрос	5	2	0	10
1.2 Выполнение/защита практ. работы	15	1	0	15
Рубежный контроль			0	25
1. Тестирование	25	1	0	25
Поощрительные баллы				
1. Участие в конференциях	5			5
2. Публикация статей	5			5
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итоговый контроль				
Зачет				-
ВСЕГО:				110 (включая 10 поощрительных баллов)