

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

**ТЕХНОЛОГИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С
ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ОРГАНАМИ ВЛАСТИ**

Рабочая программа дисциплины

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Брендинговые технологии в рекламе

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

ТЕХНОЛОГИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С
ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ОРГАНАМИ ВЛАСТИ

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

*К. филос.н., доцент, доцент кафедры теории и практики общественных связей
Ольшанская Е.В.*

Ответственный редактор

доктор. филос. наук, профессор С.В.Клягин

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 2 от 29.02.2024

Оглавление

Кафедра теории и практики общественных связей.....	1
1 Пояснительная записка.....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (<i>модулю</i>), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	7
2. Структура дисциплины.....	7
3. Содержание дисциплины.....	8
4. Образовательные технологии.....	8
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	9
5.1. Система оценивания.....	9
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	10
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	13
6.1. Список источников и литературы.....	13
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	16
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	16
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	16
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	17
9. Методические материалы.....	18
9.1. Планы семинарских занятий.....	18
Приложения.....	22
Приложение 1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	22

1 Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование представлений об основах связей с общественностью в органах государственной власти и управления, умений планировать и осуществлять мероприятия аналитического и коммуникационного характера в органах власти.

Задачи:

- дать комплексное представление о технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия с органами государственной власти;
- ознакомить с принципами и технологиями профессиональной деятельности специалистов по общественным коммуникациям в органах государственной власти;
- обучить современным информационно-коммуникативным методам и технологиям в сфере связей с общественностью органов государственной власти, а также связей с органами государственной власти профессиональных, общественных и политических организаций.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2 умеет создавать информационные материалы для сайта	ПК-2.1. Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)	<p>Знать: основные технологии рерайтинга в онлайн и офлайн среде</p> <p>Уметь: применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p> <p>Владеть: технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p>
	ПК-2.2. Владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)	<p>Знать: концептуальные основы и современный инструментарий связей с общественностью в органах государственной власти и управления;</p> <p>Уметь: планировать и осуществлять мероприятия аналитического и коммуникационного характера, которые составляют функциональные обязанности специалиста по связям с</p>

		<p>общественностью в органах власти;</p> <p>Владеть: навыками организации и проведения ПР-кампаний, связанных с деятельностью органов власти.</p>
	<p>ПК-2.4. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты,</p>	<p>Знать: основные технологии реферирования, аннотирования и модификации текстов в онлайн и офлайн среде</p> <p>Уметь: применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций для реферирования, аннотирования и модификации текстов</p> <p>Владеть: технологиями реферирования, аннотирования и модификации текстов в работе с различными целевыми группами</p>
	<p>ПК-2.5. Умеет вводить и редактировать данные в текстовом редакторе</p>	<p><i>знать:</i> современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций</p> <p><i>уметь:</i> использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций в профессиональной деятельности</p> <p><i>владеть:</i> навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта с использованием современных технических средств и основные технологий цифровых коммуникаций</p>
	<p>ПК-2.6. Знает принципы копирайтинга и рерайтинга</p>	<p>Знать: требования к информации; инструменты поиска информации</p> <p>Уметь: определять</p>

	<p>ПК-2.8. Знает основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок)</p>	<p>потребности целевой аудитории Владеть: методами сбора информации</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • особенности установления эффективных рекламных и PR коммуникаций с целевой аудиторией и персоналом организации; • приемы и методы управления фирменным стилем организации; особенности фирменного стиля в различных сегментах рынка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать стратегии коммуникационных действия направленных на идентификацию компании; готовить тексты рекламы. • проектировать технологии продвижения фирменного стиля целевой аудитории и персоналу организации; проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основными методами планирования и организации рекламной и PR деятельности, направленной на укрепление имиджа компании; • психологическими аспектами формирования потребительского мнения и решения
--	---	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии связей с общественностью и взаимоотношений с государственными органами власти» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин учебного плана по направлению «Реклама и связи с общественностью», направленность – «Современные коммуникации и реклама»

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Основы теории коммуникации, Теория коммуникации, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, История рекламы, реклама в мировой культуре, Основы профессиональной деятельности, Теория и практика связей с общественностью.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Имиджология, Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов)

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
7	Лекции	18
7	Семинары/лабораторные работы	24
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
7	Лекции	4
7	Семинары/лабораторные работы	8
Всего:		12

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Тема 1. Возникновение связей с общественностью в органах государственной власти	Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах государственной власти. Функции, структура и основные направления деятельности служб по связям с общественностью. Связи с общественностью в органах государственной власти. Цели и функции служб по связям с общественностью в органах государственной власти. Организационные основы деятельности государственных служб по связям с общественностью. Задачи информационно-аналитического отдела. Задачи отдела по информационным коммуникациям. Задачи отдела по работе с общественными объединениями. Задачи организационно-правового отдела. Работа с политическими партиями, общественными объединениями и органами власти.
2	Тема 2. Организационные основы деятельности службы по связям с общественностью в органах государственной власти	Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти. Отличия управления общественными отношениями в органах государственной власти. по целям, критериям эффективности, ресурсам от управления общественными отношениями в коммерческом секторе. Целевые аудитории органов государственной власти. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти. Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти. федерального и регионального уровней и органах местного самоуправления. Положение о PR-службах властных структур. Ресурсы и статус PR-служб.
3	Тема 3. Конструирование имиджа органов государственной власти средствами СМИ и PR	Медиарилейшинз: общие принципы взаимодействия служб по связям с общественность со СМИ. Организационные формы взаимодействия органах государственной власти. с СМИ. Структура и принципы организации пресс-службы федеральных, региональных и местных органов государственной власти. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа органов государственной власти. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст. Информационная политика органов

		государственной власти. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
--	--	---

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Тема 1. Возникновение связей с общественностью в органах государственной власти	Лекция 1-2 Семинары 1 - 2 Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
	Тема 2. Организационные основы деятельности службы по связям с общественностью в органах государственной власти	Лекция 3 - 5 Семинары 3,4, 5 Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
	Тема 3. Конструирование имиджа органов государственной власти средствами СМИ и PR	Лекция 6-7 Семинары 6 -7 Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - - участие в дискуссии на семинаре - контрольная работа (темы 1-3) -	5 баллов 25 баллов	35 баллов 25 баллов
Промежуточная аттестация (указать форму ¹)	40 баллов	40 баллов
Итого за семестр (дисциплину) зачёт с оценкой		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.

¹ Может проводиться как в традиционной, так и в инновационной форме (защита проектов, деловая игра, кейсы и т.д.)

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворите- льно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Текущий контроль

Форма текущего контроля: выполнение контрольная работа.

Учебное задание: Проанализируйте имидж одного из институтов публичной власти (федерально, регионального или муниципального уровня – по выбору студента) по следующему алгоритму:

1. Выявление уже сложившихся представлений у населения о государственном учреждении.
2. Определение того, каким хотело бы видеть население государственное учреждение и что ожидает от его деятельности.
3. Конструирование имиджа данного объекта как ответ на предпочтения и ожидания населения.
4. Практическая деятельность по формированию имиджа. Перевод сконструированной модели в реальность.
5. Корректировка модели в процессе реализации, контроль за реализацией стратегического и оперативного планов.
6. Мониторинг сформированного имиджа, деятельность по его поддержанию и модернизации.

Указания по проведению текущей аттестации:

1. Работа выполняется письменно и сдается в указанные сроки проведения текущей аттестации.
2. Критерий оценки контрольной работы:
 - всего за текущую аттестацию 25 баллов
 - п.1-5 оценивается в 4 балла;
 - п. 5 оценивается в 5 баллов.

Перечень вопросов к промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

1. Основные характеристики имиджа, его функции. Типология имиджа.
2. Имидж как продукт. Факторы, мотивирующие деятельность по созданию имиджа.
3. Методы имиджирования.
4. Этапы построения имиджа.
5. Основные требования к имиджу организации и персональному имиджу.
6. Особенности и средства формирования имиджа органов государственной власти.
7. Основные составляющие имиджа института органов государственной власти. и технологии его формирования.

8. Стратегии защиты репутации органов государственной власти.
9. Структура имиджа государственного служащего и факторы его формирования.
10. Связи с общественностью в органах государственной власти.
11. Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти. федерального и регионального уровней и органах местного самоуправления.
12. Отличия управления общественными отношениями в органах государственной власти. от управления общественными отношениями в коммерческом секторе.
13. Целевые аудитории органов государственной власти.
14. Установление органами государственной власти. связей с внешней общественностью: с общественными объединениями, политическими партиями и населением.
15. Инструменты внутрикорпоративных коммуникаций органов государственной власти.
16. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти.
17. Медиарилейшинз: общие принципы взаимодействия служб по связям с общественностью со СМИ.
18. Организационные формы взаимодействия органов государственной власти с СМИ.
19. Структура и принципы организации пресс-службы федеральных, региональных и местных органов государственной власти.
20. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа органов государственной власти.
21. Информационная политика органов государственной власти.
22. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
23. Определение понятий информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти.
24. Традиционные виды информационной работы пресс-службы: пресс-релизы, медиа-акции, утечка информации, политическая и социальная реклама.

Примерные билеты к зачету с оценкой

Билет № 1

1. Связи с общественностью в органах государственной власти.
2. Медиарилейшинз: общие принципы взаимодействия служб по связям с общественностью со СМИ.

Билет № 2

1. Инструменты внутрикорпоративных коммуникаций органов государственной власти.
2. Информационная политика органов государственной власти.

Билет № 3

1. Целевые аудитории органов государственной власти.
2. Основные составляющие имиджа института органов государственной власти. и технологии его формирования.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная:

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат).
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433657>
3. Забурдаева, Е.В. Политическая кампания: стратегии и технологии: учебник / Е.В. Забурдаева. — Москва: Аспект Пресс, 2017. — 343 с. - ISBN 978-5-7567-0647-5. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038294>
4. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038972>
5. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406724>
6. Кирмя, И. В. История и теория медиа [Электронный ресурс]: учебник для вузов / И. В. Кирмя, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 426 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем, требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/101882>
7. Колесников, А. В. Корпоративная культура: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Колесников. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 167 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433846>
8. Политическая реклама. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Связи с общественностью" / Кузнецов П.А. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 127 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-01830-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/881948>
9. Коротец, И. Д. Политическая риторика: учебник / И. Д. Коротец; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2017. — 202 с. - ISBN 978-5-9275-2412-9. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1020575>
10. Политический текст: психолингвист. анализ воздействия на электорат: Моногр. / Е.А.Репина; Предисл. В.А.Шкуратова; Под ред. В.П.Белянина - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 90 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль; Лингвист.). (о) ISBN 978-5-16-005215-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/484737>
11. Политическая символика: монография / В.Э. Багдасарян. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 221 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <http://www.znanium.com>]. — (Научная мысль). — www.dx.doi.org/10.12737/monography_5943996c30bc51.18834456.

12. *Почекаев, Р. Ю.* История связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 223 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438445>
13. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/634963>
14. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442202>
15. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 351 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438089>
16. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1039446>
17. *Селезнева, Л. В.* Подготовка рекламного и рг-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438737>
18. *Синяева, И. М.* Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425190>
19. Текст в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) "Реклама" / Бернадская Ю.С. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 288 с.: 60x90 1/16. - (Азбука рекламы) ISBN 978-5-238-01382-4
20. *Ушанов, П.В.* Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations: учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1034605>
21. *Фадеева, Е. Н.* Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 263 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432040>
22. *Хорольский, В.В.* Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: монография / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2015. - 243 с. - ISBN 978-5-9765-2468-2. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1036965>
23. *Чумиков, А.Н.* Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0819-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1039478>

Дополнительная:

1. Брум, Глен М., Катлин, Скотт М., Сентер, Аллен Х. Паблик рилейшинз. Теория и практика, 8-е изд.: Пер. с англ.. – М.: ООО «ИД-Вильямс», 2016. – 624 с.: ил. – Парал. тит. англ.
2. *Вылежжанин, Д. А.* Теория и практика паблик рилейшинз [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д. А. Вылепканин. - 4-е изл., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019. - 371 с. – ISBN 978-5-9765-0272-7. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1047502>
3. *Джефкинс Ф., Ядин Д.* Паблик рилейшинз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028534>
4. *Китчен Ф.* Паблик рилейшинз: принципы и практика: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 454 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00603-9. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028605>

Рекомендуемая:

1. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: Учебное пособие для студентов вузов/ Т.Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 317 с.
2. Кривонос А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. - 2-е изд., доп. - СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002. - 288 с.
3. Минаева Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2010. – 287 с.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
 2. Технологический журнал для гуманитариев «Сообщение» // www.soob.ru
 3. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // www.pr-dialog.ru
 4. Информационно-аналитическая газета «PR-News» // www.pr-news.ru
 5. Справочно-информационное WEB-издание «PR-info» // www.prinfo.webzone.ru
 6. Сервер корпоративных пресс-релизов «PR News» // www.prnews.ru
- Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

Консультант Плюс

Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft Office

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

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

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

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

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

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

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

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

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

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

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

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Семинар 1 Связи с общественностью как социальный феномен.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные подходы к пониманию сущности PR. Социальные, экономические и политические причины современных форм связей с общественностью в XX веке.
2. PR и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, лоббирование): сходства и отличия
3. Функций PR.

Список литературы:

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат).

2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433657>
3. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406724>
4. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442202>

Семинар 2 Связи с общественностью в системе внешних и внутренних коммуникаций органов государственной власти.

Вопросы для обсуждения:

1. Определение ключевых групп общественности и целевых аудиторий ИНСТИТУТОВ публичной власти.
2. Схема организационной коммуникации институтов публичной власти.
3. Установление институтами публичной власти связей с внешней общественностью: с общественными объединениями, политическими партиями и населением.
4. Инструменты внутрикорпоративных коммуникаций институтов публичной власти.

Семинар 3 Организационные основы деятельности связей с общественностью в институтах в органах государственной власти.

Список литературы:

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат).
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433657>
3. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406724>
4. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442202>

Вопросы для обсуждения:

1. Структура служб по связям с общественностью в институтах публичной власти: функции и задачи.
2. Принципы и методы работы служб по связям с общественностью в институтах публичной власти

Список литературы:

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат).
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433657>
3. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406724>
4. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442202>

Семинар 4 Взаимодействие органов государственной власти со СМИ.*Вопросы для обсуждения:*

1. Медиарилейшинз: общие принципы взаимодействия служб по связям с общественностью со СМИ.
2. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности институтов публичной власти.
3. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа институтов публичной власти.

Список литературы:

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат).
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433657>
3. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406724>
4. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442202>

Семинар 5 Информационная политика органов государственной власти.*Вопросы для обсуждения:*

1. Определение понятий информационной политики, информационной открытости и прозрачности институтов публичной власти.
2. Структура и принципы организации пресс-службы федеральных, региональных и местных институтов публичной власти.
3. Моделирование информационного контекста.
4. Традиционные виды информационной работы пресс-службы: пресс-релизы, медиа-акции, утечка информации, политическая и социальная реклама.

Семинар 6 Формирование имиджа институтов публичной власти.

Вопросы для обсуждения:

1. Имидж: понятие, основные компоненты, типы, признаки.
2. Понятие имидж института публичной власти. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
3. Имиджеобразующие факторы институтов публичной власти.
4. Алгоритм формирования положительного имиджа институтов публичной власти.

Список литературы:

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат).
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433657>
3. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/406724>
4. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442202>

Семинар 7 Имидж государственного служащего.

Вопросы для обсуждения:

1. Структура имиджа государственного служащего: персональные, социальные и психологически характеристики имиджа.
2. Характеристика факторов формирования позитивного имиджа государственного служащего.
3. Соблюдения этических норм государственными служащими как фактор формирования позитивного имиджа.
4. Алгоритм формирования имиджа государственного служащего.

Список литературы:

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат).

2. *Жильцова, О. Н.* Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433657>
3. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406724>
4. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442202>

Приложения

Приложение 1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии связей с общественностью и взаимоотношений с государственными органами власти» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и практики общественных связей.

Целью дисциплины является формирование представлений об основах связей с общественностью в органах государственной власти и управления, умений планировать и осуществлять мероприятия аналитического и коммуникационного характера в органах власти.

Задачи:

- дать комплексное представление о технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия с органами государственной власти;

- ознакомить с принципами и технологиями профессиональной деятельности специалистов по общественным коммуникациям в органах государственной власти;

- обучить современным информационно-коммуникативным методам и технологиям в сфере связей с общественностью органов государственной власти, а также связей с органами государственной власти профессиональных, общественных и политических организаций.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2. Умеет создавать информационные материалы для сайта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: концептуальные основы и современный инструментарий связей с общественностью в органах государственной власти и управления;

Уметь: планировать и осуществлять мероприятия аналитического и коммуникационного характера, которые составляют функциональные обязанности специалиста по связям с общественностью в органах власти;

Владеть: навыками организации и проведения ПР-кампаний, связанных с деятельностью органов власти.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.