

МИНОБРНАУКИ 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

Направление: 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность: Современные коммуникации и реклама

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, очно-заочная, 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	4
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины.....	7
4. Образовательные технологии.....	8
5. Оценка планируемых результатов обучения	8
5.1. Система оценивания.....	8
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине	9
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
6.1. Список источников и литературы.....	12
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	15
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	15
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	15
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	15
9. Методические материалы	17
9.1. Планы семинарских занятий	17
Приложения	19
Приложение 1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	19

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-4 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	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;
	ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	Владеть: навыками организации и проведения ПР-кампаний, связанных с деятельностью органов власти.

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 очно-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
8	Лекции	12
8	Семинары/лабораторные работы	12
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 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
---------	---------------------	------------------

8	Лекции	4
9	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

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные 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

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	5 баллов	35 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	25 баллов	25 баллов
-		
Промежуточная аттестация	40 баллов	40 баллов

(указать форму ¹)		
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»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>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.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«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</p>

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>сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «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. 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. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ 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. 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. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. 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.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. 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://znaniium.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., Катлип, 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. Вылегжанин, Д. А. Теория и практика паблик рилейшинз [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д. А. Вылепканин. - 4-е изд., 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

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

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

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.

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.

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

Семинар 4 Взаимодействие органов государственной власти со СМИ.

Вопросы для обсуждения:

1. Медиарелейшинг: 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.

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.

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.

Приложения

Приложение 1. АННОТАЦИЯ 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.

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.