

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Забайкальский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет экономики и управления

Кафедра Государственного, муниципального управления и политики

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Факультет экономики и  
управления

Лавров Александр Юрьевич

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_  
г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.О.05.06 Связи с общественностью в органах власти  
на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)  
для направления подготовки (специальности) 38.03.04 - Государственное и муниципальное  
управление

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом  
Министерства образования и науки Российской Федерации от  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г. №\_\_\_\_\_

Профиль – Цифровое государственное и муниципальное управление (для набора 2024)  
Форма обучения: Очная

# 1. Организационно-методический раздел

## 1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Сформировать целостную систему представлений о сущности и специфике современной теории и практики связей с общественностью в государственных и муниципальных органах власти на современном этапе развития российского государства, учитывающие актуальные теоретические и практические аспекты и проблемы в современном функционировании института Public Relations в структурах государственного и муниципального управления.

Задачи изучения дисциплины:

1. Сформировать у студентов направления «Государственное и муниципальное управление» теоретические представления о сущности общественной коммуникации, дать представление о ее основных элементах и средствах, основных моделях коммуникаций;
2. Дать представление об основных группах общественности, средствах маркетинговых коммуникаций;
3. Привить практические навыки отношений с государством и местной общественностью;
4. Развить коммуникативные навыки, аналитическое, мышление и организаторские способности.

## 1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Связи с общественностью» включена в вариативную часть учебных дисциплин. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе изучения дисциплин: Политология, Теория и практика политики, Система государственного и муниципального управления, Деловые коммуникации.

## 1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Виды занятий	Семестр 8	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	36	36
Лекционные (ЛК)	18	18
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	18	18
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа	36	36

студентов (СРС)		
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

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

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
УК-4	УК-4.1. Знает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации	<p>Знать: основы построения системы управления общественными отношениями и направления взаимодействия участников общественных коммуникаций</p> <p>Уметь: составлять текст публичного выступления, осуществлять переписку, в том числе электронную</p> <p>Владеть: навыками взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с различными общественными институтами, гражданами</p>
УК-4	УК-4.2. Умеет применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию	<p>Знать: основы вербальных и невербальных коммуникаций</p> <p>Уметь: анализировать текст и информацию</p> <p>Владеть: навыками выстраивания эффективной коммуникации с целевой аудиторией</p>
УК-4	УК-4.3. Владеет методикой составления суждения в межличностном деловом общении	Знать: виды рабочих мероприятий и документов по связям с общественностью

	на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств.	<p>Уметь: собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство</p> <p>Владеть: технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества; навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей</p>
УК-9	УК-9.1. Знает понятие инклюзивной компетентности, ее компоненты и структуру, особенности применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональных сферах.	<p>Знать: понятие и компоненты инклюзивных и дефектологических знаний в связях с общественностью;</p> <p>Уметь: применять базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах;</p> <p>Владеть: структурой и особенностями инклюзивной компетентности и дефектологии в профессиональной деятельности.</p>
УК-9	УК-9.2. Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.	<p>Знать: теоретические основы планирования при работе с особой группой населения;</p> <p>Уметь: планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами;</p> <p>Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с лицами с ограниченными возможностями и инвалидами.</p>
УК-9	УК-9.3. Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.	<p>Знать: методы взаимодействия с особой категорией населения в профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: взаимодействовать в профессиональной деятельности с</p>

		<p>лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами;</p> <p>Владеть: навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами</p>
ПК-1	<p>ПК-1.1 Знает правовые основы, содержание и социальную значимость профессиональной деятельности; структуру должностного регламента и требования к нему; технологии принятия управленческих решений, методы и инструменты регулирующего воздействия.</p>	<p>Знать: структуру должностного регламента и требования к нему;</p> <p>Уметь: использовать правовые основы, содержание и социальную значимость профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть: технологиями принятия управленческих решений, методами и инструментами регулирующего воздействия при взаимодействии с общественностью.</p>
ПК-1	<p>ПК-1.2 Умеет определять приоритеты профессиональной деятельности; способен осуществлять подготовку методических и справочных материалов, регулирующих деятельность служащих различных уровней государственного и муниципального управления; умением выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения; эффективно исполнять управленческие решения, в том числе решения, закрепленные в нормативных актах; содействует</p>	<p>Знать: приоритеты профессиональной деятельности и основы взаимодействия институтов государственной и муниципальной власти с общественными институтами;</p> <p>Уметь: выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения;</p> <p>Владеть: механизмами общественного участия в принятии и реализации управленческих решений и общественного контроля.</p>

	развитию механизмов общественного участия в принятии и реализации управленческих решений, общественного контроля (регуляторной гильотины).	
ПК-1	ПК – 1.3 Владеет основными положениями теории мотивации при исполнении основных функций и полномочий, анализирует информацию и определяет очередность выполнения профессиональных функций с учетом приоритетности поставленных целей и задач; представляет результаты своей работы, отстаивает свои позиции в профессиональной среде, находит компромиссные и альтернативные решения; организует деятельность на основе порядка прохождения государственной/муниципальной службы.	<p>Знать: основные положения теории мотивации при исполнении основных функций и полномочий;</p> <p>Уметь: представлять результаты своей работы, отстаивать свои позиции в профессиональной среде, находит компромиссные и альтернативные решения при взаимодействии с общественностью;</p> <p>Владеть: аналитической информацией способствующей выполнению профессиональных функций с учетом приоритетности поставленных целей и задач.</p>

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

##### 3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Связи с общественностью (PR) как социальный феномен. Возникновение, этапы и	Предмет и объект учебной дисциплины. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «коммуникация». Основные подходы к	8	2	2	0	4

		современные тенденции развития PR	пониманию сущности PR. PR как искусство и наука, технология управления. Основные подходы к классификации функций PR. Сферы функционирования связей с общественностью.					
	1.2	Общественность в сфере управления общественными отношениями. Основы коммуникации и в связях с общественностью	<p>Понятия общественности и аудитории, группы интересов.</p> <p>Ситуационная теория общественности Дж.Грюнига. Виды общественности в зависимости от характера коммуникационного поведения. Активная общественность.</p> <p>Определение ключевых групп общественности и целевых аудиторий.</p> <p>Внутренняя и внешняя общественность.</p> <p>Типология групп общественности.</p> <p>Психологические подходы к типологизации групп общественности.</p> <p>Принципы выделения приоритетной общественности и целевых аудиторий.</p>	8	2	2	0	4
	1.3	Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления	<p>Государственная и муниципальная службы как открытая система.</p> <p>Понятия «открытость» и «транспарентность».</p> <p>Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти</p>	8	2	2	0	4

		управления	и местного самоуправления. Отличия управления общественными отношениями в органах власти по целям, критериям эффективности, ресурсам от управления общественными отношениями в коммерческом секторе. Целевые аудитории органов власти. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. Исторические модели связей с общественностью в органах государственной власти. Задачи PR-служб в контексте административной и политической реформы в России. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления					
	1.4	Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	Роль информации в государственном управлении. Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. Органы исполнительной власти, осуществляющие	8	2	2	0	4



			информационную политику на федеральном и региональном уровне. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ					
	1.5	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления. Пресс-службы: структура и функции.	Организационная структура пресс-служб в органах власти. Задачи и функции пресс-служб. Пресс-клиппинг. Роль пресс-секретаря в организации связи с общественностью. Функциональные обязанности и индивидуальный стиль, правила профессионального поведения пресс-секретаря. Служба спичрайтеров. Формализация информации и ее систематизация в базе данных. Подготовка и распространение информации. Мониторинг СМИ и отслеживание обратной связи. База данных целевых СМИ. Правила поведения и общения с представителями СМИ. Основные формы работы со СМИ. Понятие информационного повода. Информационный доклад, политическое заявление, обращение, официальный ответ, комментарий, коммюнике, пресс-релиз, пресс-бюллетень.	8	2	2	0	4

			брифинг, пресс-конференция, пресс-туры, пресс-пулы, «круглый стол». Особенности PR-текстов и общие правила их подготовки.					
	1.6	Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Управление имиджем и репутацией.	Стратегический потенциал PR. Модель стратегического PR-менеджмента Грюнига и Реппера. Модель RACE. Планирование PR-деятельности. Определение проблем. Методы ситуационного анализа в PR-практике. Планирование и программирование PR-программы: Определение целей. Выделение целевых аудиторий. Планирование мер и тактики реализации PR-программы. Планирование бюджета программы, инвентаризация наличных ресурсов. Информационное, организационное и материально-техническое обеспечение программы. Исполнение PR-программы. Содержание понятия «имидж». Соотношение понятий «имидж» и «репутация», «имидж» и «образ», «имидж» и «стереотип». Брэнд-имидж. Функции и свойства имиджа. Основные типологии имиджа. Задачи, проблемы и составляющие	8	2	2	0	4

			формирования имиджа органов власти и управления, технологии его формирования. Стратегии защиты репутации и имиджа органа власти.					
	1.7	Связи с общественностью в органах местного самоуправления. Связи с общественностью в политической сфере. Предвыборные кампании.	Цели и задачи работ по управлению общественными отношениями в органах местного самоуправления. «Лестница общественного участия». Особенности общественных отношений на малых и «замкнутых» территориях. Формы работы: метод «Жюри граждан». Связи с местным населением. Специфика PR в предвыборной кампании. Предвыборная работа с элитами. Предвыборная работа с электоратом. Сравнение эффективности предвыборных действий. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях. Правовое обеспечение выборов. Порядок организации работы.	8	2	2	0	4
	1.8	Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении.	Составные части антикризисной PR-программы. Команды кризисного реагирования. Планирование коммуникационного процесса на случай возникновения кризиса.	8	2	2	0	4

	1.9	Общественное мнение. Исследование общественног о мнения органами власти. Деятельность Центров управления регионами.	Подходы к трактовке и исследованию общественного мнения. Структура общественного мнения. Компоненты общественного мнения. Жизненный цикл общественного мнения. Деятельность. Центров управления регионами.	8	2	2	0	4
Итого				72	18	18	0	36

### 3.2. Содержание разделов дисциплины

#### 3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Связи с общественностью (PR) как социальный феномен. Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR	Предмет и объект учебной дисциплины. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «коммуникация». Основные подходы к пониманию сущности PR. PR как искусство и наука, технология управления. Основные подходы к классификации функций PR. Сферы функционирования связей с общественностью.	2
	1.2	Общественность в сфере управления общественными отношениями. Основы коммуникации и в связях с общественностью	Понятия общественности и аудитории, группы интересов. Ситуационная теория общественности Дж.Грюнига. Виды общественности в зависимости от характера коммуникационного поведения. Активная общественность. Определение ключевых групп общественности и целевых аудиторий. Внутренняя и внешняя общественность. Типология групп общественности. Психологические подходы к типологизации групп общественности. Принципы выделения приоритетной общественности и целевых	2

			аудиторий.	
	1.3	Характер, цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления	Государственная и муниципальная службы как открытая система. Понятия «открытость» и «транспарентность». Потребность в управлении общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Отличия управления общественными отношениями в органах власти по целям, критериям эффективности, ресурсам от управления общественными отношениями в коммерческом секторе. Целевые аудитории органов власти. Принципы эффективных связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. Исторические модели связей с общественностью в органах государственной власти. Задачи PR-служб в контексте административной и политической реформы в России. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления	2
	1.4	Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	Роль информации в государственном управлении. Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. Органы исполнительной власти, осуществляющие информационную политику на федеральном и региональном уровне. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ	2
	1.5	Связи с общественностью как искусство создания доброго	Организационная структура пресс-служб в органах власти. Задачи и функции пресс-служб. Пресс-клиппинг. Роль пресс-секретаря в организации связи с	2

		<p>имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления.</p> <p>Пресс-службы: структура и функции.</p>	<p>общественностью. Функциональные обязанности и индивидуальный стиль, правила профессионального поведения пресс-секретаря. Служба спич-райтеров. Формализация информации и ее систематизация в базе данных. Подготовка и распространение информации.</p> <p>Мониторинг СМИ и отслеживание обратной связи. База данных целевых СМИ. Правила поведения и общения с представителями СМИ. Основные формы работы со СМИ. Понятие информационного повода.</p> <p>Информационный доклад, политическое заявление, обращение, официальный ответ, комментарий, коммюнике, пресс-релиз, пресс-бюллетень. брифинг, пресс-конференция, пресс-туры, пресс-пулы, «круглый стол». Особенности PR-текстов и общие правила их подготовки.</p>	
1.6	<p>Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Управление имиджем и репутацией.</p>	<p>Стратегический потенциал PR. Модель стратегического PR-менеджмента Грюнига и Реппера. Модель RACE. Планирование PR-деятельности. Определение проблем. Методы ситуационного анализа в PR-практике. Планирование и программирование PR-программы: Определение целей. Выделение целевых аудиторий. Планирование мер и тактики реализации PR-программы. Планирование бюджета программы, инвентаризация наличных ресурсов.</p> <p>Информационное, организационное и материально-техническое обеспечение программы. Исполнение PR-программы. Содержание понятия «имидж». Соотношение понятий «имидж» и «репутация», «имидж» и «образ», «имидж» и «стереотип».</p> <p>Брэнд-имидж. Функции и свойства имиджа. Основные типологии имиджа. Задачи, проблемы и составляющие формирования</p>	2	

			имиджа органов власти и управления, технологии его формирования. Стратегии защиты репутации и имиджа органа власти.	
1.7	Связи с общественностью в органах местного самоуправления. Связи с общественностью в политической сфере. Предвыборные кампании.	Цели и задачи работ по управлению общественными отношениями в органах местного самоуправления. «Лестница общественного участия». Особенности общественных отношений на малых и «замкнутых» территориях. Формы работы: метод «Жюри граждан». Связи с местным населением. Специфика PR в предвыборной кампании. Предвыборная работа с элитами. Предвыборная работа с электоратом. Сравнение эффективности предвыборных действий. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях. Правовое обеспечение выборов. Порядок организации работы.	2	
1.8	Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении.	Кризисная ситуация. Понятие «кризис», этапы его развития. Типология кризисов. Особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Разработка программ реагирования на кризис. Аудит рисков. Составные части антикризисной PR-программы. Команды кризисного реагирования. Планирование коммуникационного процесса на случай возникновения кризиса. Особенности управления информацией во время кризисов. Работа с целевыми аудиториями в условиях чрезвычайного происшествия. Нейтрализация слухов и недостоверной информации. Организация работы кризисного информационного центра. Правила поведения должностных лиц в условиях кризиса. Работа с последствиями кризиса.	2	

	1.9	Общественное мнение. Исследование общественно о мнения органами власти. Деятельность Центров управления регионами.	Подходы к трактовке и исследованию общественного мнения. Структура общественного мнения. Компоненты общественного мнения. Жизненный цикл общественного мнения. Деятельность. Центров управления регионами.	2
--	-----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

### 3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Связи с общественностью (PR) как социальный феномен. Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR	Основные подходы к пониманию сущности PR. PR и другие виды коммуникативной деятельности сходства и отличия. Функций PR. Исторические модели PR-коммуникаций. Самостоятельная работа на семинарском занятии: Заполнить таблицу, отражающей различия по содержанию и форме реализации следующих практических моделей PR-коммуникаций: пресс-посредническая, информирование общественности, двухсторонняя асимметричная коммуникация, двухсторонняя симметричная коммуникация.	2
	1.2	Общественность в сфере управления общественными отношениями. Основы коммуникации и в связях с общественностью	Ситуационная теория общественности Дж.Грюнига. Как необщественность превращается в общественность? Типология групп общественности. Ключевые группы общественности. Психологический подход в определении групп общественности. Задание: Выделить группы общественности коммерческой организации, некоммерческой организации; туристической фирмы, любой организации города или края.	2
	1.3	Характер,	Потребность в управлении	2



		цели и задачи института управления общественными отношениями в органах государственной власти и местного самоуправления	общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Цели и задачи. Исторические модели связей с общественностью в органах государственной власти. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления. Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровня и органах местного самоуправления. Ресурсы и статус PR-служб. Самостоятельная работа на семинарском занятии: Заполнить таблицу, отражающую различия института связей с общественностью в сфере государственного и муниципального управления и в коммерческом секторе.	
	1.4	Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	1. Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления. 2. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ. Защита информации в управлении связями с общественностью. 3. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти. 4. Групповая дискуссия «Возможности и ограничения Интернет-ресурс для PR-деятельности органов власти».	2
	1.5	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета	Задание: рассмотреть пресс-службу органа власти по плану: 1. Краткая характеристика органа власти. 2. Нормативно-правовые основы деятельности пресс-службы (законодательство и внутриорганизационные документы). 3. Структура пресс-службы, основные задачи подразделений. 4. Основные	2

		органов государственной власти и местного самоуправления. Пресс-службы: структура и функции.	направления деятельности (с примерами и анализом публикаций). 5. Определение эффективности деятельности с аргументацией.	
	1.6	Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Управление имиджем и репутацией.	1 подтема: Стратегическое планирование PR-деятельности 1. Модель стратегического PR-менеджмента Грюнига и Реппера. Модель RACE. 2. Деловая игра «SWOT-анализ условий PR-деятельности органа государственной власти региона». 4. Технологии организации специальных мероприятий. 5. Менеджмент новостей. 2 подтема – Управление имиджем и репутацией 1. Соотношение понятий «имидж» и «репутация», «имидж» и «образ», «имидж» и «стереотип». 2. Функции и свойства имиджа. 3. Основные типологии имиджа. 4. Кейс-задание «Формирование и продвижение имиджа органа государственной власти региона». 5. Разбор конкретных примеров формирования имиджей политических лидеров (кейсы).	2
	1.7	Связи с общественностью в органах местного самоуправления. Связи с общественностью в политической сфере. Предвыборные кампании.	1. Рассмотреть современные способы информационного взаимодействия органов местного самоуправления с общественностью на конкретном примере. Оценить эффективность. 2. Разбор конкретных примеров реализации предвыборных стратегий политическими партиями (кейсы). 3. Задание: Сравнение эффективности предвыборных действий на конкретном примере. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.	2
	1.8	Кризисные PR в государственн	Задание: рассмотреть конкретный пример осуществления связей с	2

		ном и муници пальном управлении.	общественностью в условиях кризисных и чрезвычайных ситуаций. Проанализировать информационную деятельность органов власти в работе со СМИ и гражданами.	
	1.9	Общественное мнение. Исследование общественног о мнения органами власти. Деятельность Центров управления регионами.	Кейс-задание: Проанализируйте особенности общественного мнения по конкретной проблеме в СМИ на основе 10-15 публикаций. Тема публикаций СМИ выбирается студентом (подгруппой) самостоятельно. Подготовьте письменный отчет по итогам анализа публикаций (презентацию). Схема анализа общественного мнения в публикациях СМИ по конкретной проблеме: 1.Тема публикаций. 2. Временной период. 3. Объект общественного мнения, вид объекта. 4. Субъект (ы) общественного мнения. 5. Критерии выбора объекта общественного мнения. 6. Структура общественного мнения: - знания, представления; - эмоции; - побуждение к действию. 7. Источники возникновения общественного мнения по данной проблеме (обосновать свою точку зрения). 8. Каналы выражения общественного мнения. 9. Функции общественного мнения (обосновать свою точку зрения) 10. Этап функционирования общественного мнения (обосновать свою точку зрения). Рекомендуется выбрать проблему регионального уровня или уровня населенного пункта.	2

### 3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

### 3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

--	--	--	--	--

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Принципы и этические проблемы PR. PR и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, лоббирование, advocacy, publicity.): сходства и отличия. Современные дискуссии о соотношении маркетинга и PR. Различие понятий “public relations”, “public affairs», “business communications».	подготовка докладов, составление таблицы.	4
	1.2	Ситуационная теория общественности Дж.Грюнига. Как необщественность превращается в общественность? Типология групп общественности. Ключевые группы общественности.	изучение учебной литературы, подготовка докладов и кейс-заданий	4
	1.3	Анализ различий и сходств института связей с общественностью в сфере государственного и муниципального управления и в коммерческом секторе.	Составление сравнительной таблицы.	4
	1.4	Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти. Групповая дискуссия «Возможности и ограничения Интернет-ресурс для PR-деятельности органов власти».	Подготовка к дискуссии, изучении нормативно-правовых документов, регламентирующих информационное взаимодействие органов власти с общественностью.	4

	1.5	Нормативно-правовые основы деятельности пресс-служб в органах власти.	Изучение нормативно-правовых основ деятельности пресс-служб, анализ публикационной активности на сайтах, в социальных сетях. Подготовка доклада и презентации.	4
	1.6	Кейс-задание «Формирование и продвижение имиджа органа государственной власти региона». Разбор конкретных примеров формирования имиджей политических лидеров (кейсы).	Поиск и анализ информации о деятельности по продвижению имиджа органа власти, подготовка презентации.	4
	1.7	Связи с общественностью в органах местного самоуправления. Связи с общественностью в политической сфере. Предвыборные кампании.	Изучение сайтов и социальных сетей органов местного самоуправления, анализ предвыборной кампании на выбор. Составление аналитической справки.	4
	1.8	Составные части антикризисной PR-программы. Организация работы кризисного информационного центра.	Составление программы работы кризисного информационного центра	4
	1.9	Анализ общественного мнения.	Сбор и анализ информации, подготовка докладов и презентаций.	4

#### **4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

#### **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

##### **5.1. Основная литература**

### 5.1.1. Печатные издания

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. - 3-е изд. - Москва : Юрайт, 2023. - 218 с.

2. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 261 с.

### 5.1.2. Издания из ЭБС

1. Ачкасова В.А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541072>

2. Васильева М.М. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20393-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558073>

3. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 223 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539217>

## 5.2. Дополнительная литература

### 5.2.1. Печатные издания

1. Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 126 с.

2. Жильцова О.Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - Москва : Юрайт, 2023. - 337 с.

### 5.2.2. Издания из ЭБС

1. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533340>

2. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543693>

3. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 112 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17513-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533229>

### 5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
Гарант.	<a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a>
Консультант плюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
ЭБС Znanium.com	<a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	<a href="http://www.biblioclub.ru/">http://www.biblioclub.ru/</a>

### 6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

- 1) Any Logic PLE
- 2) СПС "Консультант Плюс"

### 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

### 8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Курсом «Связи с общественностью в органах власти» предусматриваются:

- лекции, направленные на формирование у студентов теоретических знаний в сфере коммуникационных процессов, организации взаимодействия органов власти и населения с помощью современных технологий;
- практические занятия, направленные на формирование у студентов систематического

представления о связях с общественностью и современных тенденциях развития PR-деятельности;

- самостоятельная работа предусматривает глубокое изучение основных понятий, методов, способов и подходов к современным публичным коммуникациям.



Разработчик/группа разработчиков:  
Юлия Анатольевна Матафонова

**Типовая программа утверждена**

Согласована с выпускающей кафедрой  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.