

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич
Должность: Директор
Дата подписания: 30.10.2023 12:25:29
Уникальный программный ключ:
b683afe664d7e9f64175886cf9626a196149ad36

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Факультет
Кафедра

Экономический
Экономики и управления

Рабочая программа дисциплины (модуля)

дисциплина

Б1.О.18 Связи с общественностью в органах власти

обязательная часть

Направление

38.03.04
код

Государственное и муниципальное управление
наименование направления

Программа

Государственное и муниципальное управление

Форма обучения

Очная

Для поступивших на обучение в
2023 г.

Разработчик (составитель)

Ягодина А. Р.
ученая степень, должность, ФИО

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	3
2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	3
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....	4
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)	5
5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	8
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	9
6.1. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	9
6.2. Перечень электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем	10
6.3. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	11
7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	11

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-7. Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	ОПК-7.1. Основы внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций, технологии формирования общественного мнения	Обучающийся должен: основы формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовые технологии формирования общественного мнения
	ОПК-7.2. Умение выбирать технологии формирования общественного мнения	Обучающийся должен: использовать знания базовыми технологиями формирования общественного мнения
	ОПК-7.3. Осуществление внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	Обучающийся должен: владеть навыками осуществления внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Цели изучения дисциплины:

Цель дисциплины - формирование знаний об особенностях связей с общественностью в органах власти,

ПР-технологиях в области государственного и муниципального управления.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5, 6 семестрах

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 зач. ед., 180 акад. ч.

Объем дисциплины	Всего часов
	Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	180
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	36
практических (семинарских)	56
другие формы контактной работы (ФКР)	1,4
Учебных часов на контроль (включая часы подготовки):	34,8
зачет	
экзамен	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	51,8

Формы контроля	Семестры
зачет	5
экзамен	6

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ п/п	Наименование раздела / темы дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
		Контактная работа с преподавателем			СР
		Лек	Пр/Сем	Лаб	
1	Теоретические основы организации связей с общественностью в органах власти	18	22	0	16,8
1.1	Предмет, структура, основные функции общественных отношений (Паблик Рилейшнз)	4	4	0	0
1.2	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития	4	6	0	0
1.3	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления	4	6	0	0
1.4	Связи с общественностью в системе административного и политического управления	6	6	0	16,8
2	Планирование, организация и	18	34	0	35

	проведение политических PR-компаний				
2.1	Связи с общественностью в избирательных кампаниях	6	6	0	25
2.2	Продвижение имиджа органов государственной власти	12	28	0	10
	Итого	36	56	0	51,8

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Курс лекционных занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
1	Теоретические основы организации связей с общественностью в органах власти	
1.1	Предмет, структура, основные функции общественных отношений (Паблик Рилейшнз)	Понятие Паблик рилейшнз. Определения Паблик рилейшнз. Принципы и функции Паблик рилейшнз. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Экономические, политические, социальные и идеологические предпосылки возникновения и развития связей с общественностью как профессии, социального института, области знания и сферы предпринимательства. Объект и субъект связей с общественностью. Принципы, функции, цели и задачи связей с общественностью. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Задачи и цели. СО и журналистика, СО и реклама, СО и паблисити, СО и менеджмент, СО и маркетинг, СО и пропаганда. Характеристика рынка PR-услуг в России. Общественность в сфере Паблик рилейшнз. Паблик рилейшнз и пропаганда. Паблисити.
1.2	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития	Информационная политика государственных и муниципальных органов власти. Правовые основы PR. Основные организационные формы PR и практические мероприятия PR. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу взаимодействия государственности и управления с гражданами, средствами массовой информации, политическими партиями и движениями, коммерческими и некоммерческими организациями. Профессиональная этика и особенности этики государственных служащих. Профессиональная этика журналиста. Правила профессионального поведения специалиста по связям с общественностью. Минимальные стандарты качества в СО. Основные жанры журналистики и PR. Подготовка и проведение пресс- конференций. Брифинги. Интервью.
1.3	Связи с общественностью как	Психологические средства коммуникации.

	искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления	Нейро-лингвистическое программирование. Вербальные коммуникации. Публичные выступления. Телефонные разговоры. Невербальные коммуникации. Ориентация. Жест. Кризисы и слухи. Стереотипы и мифы. Каналы распространения информации. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти. Пресс-служба органа власти: организация, структура, функции. Примерное Положение о деятельности прессслужбы. Информационно-аналитическое и материально-техническое сопровождение деятельности пре службы. Мониторинг СМИ. Организация архива. Планирование деятельности пресс-службы. Пресс-секретарь администрации: функциональные обязанности, индивидуальный стиль, профессиональные, социально-психологические и этические качества. Правила профессионального поведения.
1.4	Связи с общественностью в системе административного и политического управления	Связи с общественностью как функция менеджмента. Цели и задачи отделов по связям с общественностью в структуре организации. Структура служб СО, функциональные обязанности его работников. Взаимодействие с другими подразделениями организации. Примерное "Положение" о деятельности отдела СО. Информационное, научно-методическое, материально-техническое обеспечение деятельности отдела. Принципы эффективной работы отдела СО. Разработка PR- стратегии, планирование и оценка эффективности результатов деятельности отдела СО. Интернет как форма глобального общественного воздействия. Особенности работы в сети. Работа с информацией, сбор, ранжирование, использование. Работа с национальными социальными сетями. Мониторинг общественного мнения.
2	Планирование, организация и проведение политических PR-компаний	
2.1	Связи с общественностью в избирательных кампаниях	Понятие компании, виды и формы политических компаний. Стратегическое планирование и тактические решения PR-компаний. Составляющие PR-компаний: оценка ситуации, постановка целей и задач, определение целевых аудиторий, формулирование ключевых сообщений, планирование бюджета компании, инвентаризация наличных ресурсов, бюджет компании, планирование работы со СМИ, реализация замысла, оценка результатов. Обязанности руководителя компании. Подбор команды и распределение ролей. Привлечение внешних экспертов и консультантов.

		Информационное и социологическое сопровождение компании. Непредвиденные обстоятельства. Критерии эффективности успешной компании.
2.2	Продвижение имиджа органов государственной власти	Понятие, главные признаки и общая классификация органов государственной власти. Актуальность формирования имиджа. Органы законодательной, исполнительной, судебной власти РФ. Коммуникативная компетентность госслужащего как фактор его положительного имиджа.

Курс практических/семинарских занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
1	Теоретические основы организации связей с общественностью в органах власти	
1.1	Предмет, структура, основные функции общественных отношений (Паблик Рилейшнз)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. 2. Задачи и цели. Объект и субъект связей с общественностью. 3. Принципы, функции, цели и задачи связей с общественностью. 4. СО и журналистика, СО и реклама, СО и паблисити, СО и менеджмент, СО и маркетинг, СО и пропаганда.
1.2	Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития	<ol style="list-style-type: none"> 1. Информационная политика государственных и муниципальных органов власти. Правовые основы СО. 2. Основные организационные формы СО и практические мероприятия СО. 3. Профессиональная этика и особенности этики государственных служащих. Профессиональная этика. Правила профессионального поведения специалиста по связям с общественностью. 4. Минимальные стандарты качества в СО.
1.3	Связи с общественностью как искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета органов государственной власти и местного самоуправления	<ol style="list-style-type: none"> 1. Психологические средства коммуникации. Каналы распространения информации. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти. 2. Пресс-служба органа власти. Информационно-аналитическое и материально-техническое сопровождение деятельности пресс службы. 3. Мониторинг СМИ. Организация и проведение мероприятий для СМИ.

		<p>4. Организация и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров.</p> <p>5. Специальные мероприятия в практике политических ПР. Виды и формы специальных мероприятий.</p>
1.4	Связи с общественностью в системе административного и политического управления	<p>1. СО как функция менеджмента. Цели и задачи отделов по связям с общественностью в структуре организации.</p> <p>2. Интернет как форма глобального общественного воздействия. Особенности работы в сети.</p> <p>3. Мониторинг общественного мнения</p>
2	Планирование, организация и проведение политических ПР-компаний	
2.1	Связи с общественностью в избирательных кампаниях	<p>1. Понятие компании, виды и формы политических компаний.</p> <p>2. Стратегическое планирование и тактические решения ПР-кампании.</p> <p>3. Обязанности руководителя компании.</p> <p>4. Критерии эффективности успешной компании.</p>
2.2	Продвижение имиджа органов государственной власти	<p>1. Политическая культура, государственная служба и взаимодействие с общественностью.</p> <p>2. Политический маркетинг, основные модели.</p> <p>3. Политические технологии. Проведение политических компаний.</p> <p>4. Взаимоотношения с вышестоящими государственными структурами, местными органами самоуправления и местной общественностью.</p> <p>5. Лоббирование и продвижение проектов.</p>

5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Тема 1.2.

1. Взаимодействие со средствами массовой информации.
2. Использование устного и печатного слова, фотографии, киноаудиовизуальных средств, рекламы, выставок и др.
3. Технологии исследований в СО.

Тема 1.3.

1. Профессиональная этика журналиста.
2. Правила профессионального поведения специалиста по связям с общественностью.
3. Минимальные стандарты качества в СО

Тема 1.4.

1. Планирование деятельности пресс-службы
2. Пресс-секретарь администрации: функциональные обязанности, индивидуальный

стиль, профессиональные, социально-психологические и этические качества.

3. Правила профессионального поведения.

Тема 1.5.

1. Работа с информацией, сбор, ранжирование, использование.

2. Работа с национальными социальными сетями.

3. Мониторинг общественного мнения.

Тема 2.1

1. Информационное и социологическое сопровождение компании.

2. Непредвиденные обстоятельства.

3. Критерии эффективности успешной компании

Тема 2.2

1. Коммуникативная компетентность госслужащего как фактор его положительного имиджа.

2. Приемы и методы ПР как неотъемлемая часть избирательных технологий.

Тема 2.3

1. Организация работы кризисного информационного центра.

2. Правила поведения должностных лиц в условиях кризиса.

3. Работа с последствиями кризиса

Решение практических ситуаций

1. Самостоятельно разработать медиаплан рекламной кампании по:
выборам депутата представительного органа местного самоуправления;
выборам депутата представительного органа субъекта РФ;
выборам депутата Государственной Думы РФ;
выборам Президента РФ.

2. Проанализируйте особенности общественного мнения по конкретной проблеме в СМИ на основе 10-15 публикаций. Тема публикаций СМИ выбирается студентом самостоятельно. Подготовьте письменный отчет по итогам анализа публикаций.

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).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

6.1. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная учебная литература:

1. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / А.А. Марков. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1819448> (дата обращения: 20.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

2. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2018. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2062428> (дата обращения: 19.06.2023). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная учебная литература:

1. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904453> (дата обращения: 20.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

6.2. Перечень электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№ п/п	Наименование документа с указанием реквизитов
1	Договор на доступ к ЭБС ZNANIUM.COM между БашГУ в лице директора СФ БашГУ и ООО «Знаниум» № 3/22-эбс от 05.07.2022
2	Договор на доступ к ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» (полная коллекция) между БашГУ в лице директора СФ БашГУ и ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» № 1/22-эбс от 04.03.2022
3	Договор на доступ к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и «Нексмедиа» № 223-950 от 05.09.2022
4	Договор на доступ к ЭБС «Лань» между БашГУ и издательством «Лань» № 223-948 от 05.09.2022
5	Договор на доступ к ЭБС «Лань» между БашГУ и издательством «Лань» № 223-949 от 05.09.2022
6	Соглашение о сотрудничестве между БашГУ и издательством «Лань» № 5 от 05.09.2022
7	ЭБС «ЭБ БашГУ», бессрочный договор между БашГУ и ООО «Открытые библиотечные системы» № 095 от 01.09.2014 г.
8	Договор на БД диссертаций между БашГУ и РГБ № 223-796 от 27.07.2022
9	Договор о подключении к НЭБ и о предоставлении доступа к объектам НЭБ между БашГУ в лице директора СФ БашГУ с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1438-П от 11.06.2019
10	Договор на доступ к ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» (полная коллекция) между УУНиТ в лице директора СФ УУНиТ и ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» № 1/23-эбс от 03.03.2023

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»)

№ п/п	Адрес (URL)	Описание страницы
1	https://www.bitrix24.ru/?ysclid=lmqkncp3be8623330	онлайн-сервис, в котором собраны все нужные

		инструменты для работы компании и управления бизнесом. Перенесите в единое пространство и автоматизируйте все рабочие коммуникации, продажи, проекты и бизнес-процессы.
--	--	---

6.3. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Наименование программного обеспечения
Office Standart 2007 Russian OpenLicensePack NoLevel Acdmc

7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Тип учебной аудитории	Оснащенность учебной аудитории
<p>"Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для проведения практических работ, учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория текущего контроля и промежуточной аттестации; аудитория, оборудованная для проведения занятий по информационным технологиям; компьютерный класс с доступом к сети "Интернет" и электронной информационно-образовательной среде СФ УУНиТ.</p> <p>Учебная аудитория курсового проектирования (выполнения курсовых работ)"</p>	<p>учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор, экран настенный, компьютеры</p>