Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт права и национальной безопасности
Кафедра государственного управления и национальной безопасности

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры
государственного управления
и национальной безопасности
Протокол от «16» мая 2017 г. № 9

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 Управление общественными связями
(*(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)*

38.05.01 Экономическая безопасность
(код, наименование направления подготовки (специальности)

Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности
(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии)

Экономист
(квалификация)

Очная
(форма(ы) обучения)

Год набора - 2016

Москва, 2017 г.

Автор(ы)-составитель(и):

доктор полит. наук,
профессор, зав. кафедрой государственного управления и национальной безопасности Шевченко А.В.
(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)

кандидат полит. наук,
старший преподаватель кафедры государственного управления и национальной безопасности Медведев Д.А.
(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)

кандидат психол. наук,
доцент кафедры конфликтологии и миграционной безопасности Зиновьева Е.Б.
(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой
государственного управления и национальной безопасности,
д. полит. н., профессор_____ / Шевченко А.В/
(наименование кафедры, ученое звание, ученая степень, должность) (подпись) (Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы 4
3. Содержание и структура дисциплины (модуля).....5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).....8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)……15
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)..... 20
6.1. Основная литература..... 20
6.2. Дополнительная литература..... …….. 20
6.4. Нормативные правовые документы ……..... 20
6.5. Интернет-ресурсы …….....21
6.6. Иные источники.....21
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....21

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

1.1. Дисциплина «Управление общественными связями» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапов:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-19	способностью применять при решении профессиональных задач психологические методы, средства и приемы	ПК-19.2.2	способность применять психологические методы, средства и приемы

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Профессиональные действия	**Код этапа освоения компетенции**	**Результаты обучения**
	ПК-19.2.2	**на уровне навыков:** применения при решении профессиональных задач социально-психологических методов и средств; Противодействия психологическим приемам и давления при решении профессиональных задач; Владения инструментами управления общественными отношениями с целью урегулирования противоречий между властью, обществом и личностью;

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. (144 а.ч.).

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся лекции – 36 а.ч., практические занятия – 36 а.ч., самостоятельная работа – 36 ч;

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Управление общественными связями» относится к вариативной части и в соответствии с учебным планом осваивается в 4-м семестре.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области управленческой деятельности, а также на приобретенные ранее умения и навыки в сфере обеспечения экономической безопасности. Дисциплина «Управление общественными связями» реализуется после изучения следующих дисциплин: «Политология и социология», «Русский язык и культура речи», «Психология».

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Управление общественными связями как наука и социальный институт	12	4		4		4	О
Тема 2	Теоретико-методологические основы управления общественными связями и отношениями в экономической сфере	12	4		4		4	КР, Д
Тема 3	Организация работы PR-служб: общие принципы и задачи. Виды и формы PR-деятельности.	12	4		4		4	КЗ
Тема 4	Формы, механизмы и способы формирования и управления общественным мнением. Структура общественного сознания.	18	6		6		6	О, КР
Тема 5	Системная организация информационно-коммуникативного пространства связей в обществе. Структура и источники информационной потребности и информационного интереса.	18	6		6		6	О, Д
Тема 6	Медиарилейшнз. Управление СМИ и информацией.	12	4		4		4	КЗ
Тема 7	Технологии управления информационными кризисами и конфликтами в	12	4		4		4	КЗ

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
	экономической сфере							
Тема 8	Правовые и этические основы управления общественными связями	12	4		4		4	О
Промежуточная аттестация		36						Экзамен
	Всего:	**144**	**36**		**36**		**36**	

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: кейсы задания (КЗ), контрольная работа (КР), Д (доклад), (О) опрос и др.

Содержание дисциплины

Тема 1. Управление общественными связями как наука и социальный институт

Цель, задачи, содержание курса «Управление общественными связями».Объект, предмет, методы дисциплины. Понятие социальной системы, основные характеристики. Виды социальных систем. Характеристика социальной структуры. Понятие общественных отношений (связей).Система общественных связей. Характеристика и виды социальных связей:поведенческие - сотрудничество (солидарность), соперничество (соревнование, конкуренция, противоборство), консенсус (согласие). Назначениеи функцииобщественных связей.

Тема 2. Теоретико-методологические основы управления общественными связями и отношениями в экономической сфере

Понятие коммуникации в социальной сфере. Характеристика и виды коммуникации. Коммуникативная природа социального действия. Информационные основы управления в обществе. Алгоритм согласования интересов участников социальной коммуникации. Методы исследования и конструирования сложноорганизованных объектов: позиционирование объекта как системы, построение моделей, выявление связей и отношений в модели.

Тема 3. Организация работы PR-служб: общие принципы и задачи. Виды и формы PR-деятельности.

Представление о «паблик рилейшнз» как подсистеме системы общественных связей и отношений и науке об управлении процессом разрешения противоречий и конфликтов в общественных отношениях через организацию влияния на людей (PR-деятельность). Деятельность по планированию, сбору, анализу и передаче информации, организации общения; формирование положительного образа организации. Структура PR-подразделения в государственной и коммерческой организации.

Тема 4. Формы, механизмы и способы формирования и управления общественным мнением. Структура общественного сознания.

Общественное мнение в структуре общественных отношений. Определение общественного мнения как заинтересованного оценочного отношения социального субъекта к затрагивающим его интересам, и др. Эволюция теоретических подходов к изучению общественного мнения: Г.Тард, А.Лоуэлл, П.Бурдье и др. Объект и носители общественного мнения. Функции: экспрессивная, контрольная, консультативная, директивная. Виды общественного мнения: массовое, активизированное латентное, воспринимаемое большинство.

Жизненный цикл общественного мнения.Метод «повестки дня». Лидеры общественного мнения. Правила влияния на ОМ.

Тема 5. Системная организация информационно-коммуникативного пространства связей в обществе. Структура и источники информационной потребности и информационного интереса.

Источники, виды, формы массовой информации.Типология социальной информации: массовая, специализированная. Источники массовой коммуникации: средства массовой коммуникации: слухи, сплетни, анекдоты, народный фольклор; реклама; интернет, мобильные средства, киберкоммуникации. Понятия информационной потребности и информационного интереса. Информирование населения: психологические, организационные, когнитивные характеристики процесса и состояния. Типология российского информационного пространства.Аудитория СМИ: степень охвата населения средством массовой информации, глубина и широта общественного интереса.

Угрозы идентификации граждан в сфере PR. Основные характеристики аудитории: по демографическим, профессиональным, этническим, конфессиональным признакам; по стратам; по социально-экономической вовлеченности и пр.

Модель потребностно-мотивационной организации общественных отношений. Цикл информирования населения через каналы СМИ. Производство и трансляция управленческой информации. Алгоритм согласования интересов представителей бизнес-среды, средств массовой информации, органов власти, общественных организации; локальной (местной) общественности.

Тема 6. Медиарилейшнз. Управление СМИ и информацией.

Основные принципы взаимодействия организации со средствами массовой информации (media-relations). Цель и задачи медиа-рилейшнз. Организация мероприятий для журналистов. Пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, экскурсии для журналистов. Формы передачи информации. Мониторинг СМИ. Специальные мероприятия.

Тема 7. Технологии управления информационными кризисами и конфликтами в экономической сфере

Информационный кризис и информационный конфликт. Виды информационных конфликтов. Антикризисный PR: цели, инструменты и принципы деятельности (превентивность, минимизация ущерба и др.). Возможности использования кризиса для повышения уровня узнаваемости организации, обнаружить горизонты проблем, обновить цели и ценности. Риск как фактор PR-деятельности, виды рисков. Угрозы репутации, имиджу.

Тема 8. Правовые и этические основы управления общественными связями

Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (Кодекс ИПРА**).** Кодекс члена Европейской конфедерации по связям с

общественностью – СЕРП (CERP). Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (Декларация РАСО).

ФЗ «О средствах массовой информации», ФЗ «О рекламе», ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»,ФЗ «О предприятиях и предпринимательской деятельности»,

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Управление общественными связями» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Управление общественными связями» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:
- при проведении занятий лекционного типа: опрос.
- при проведении практических занятий: опрос, контрольная работа, кейсы-задачи, доклад.

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): решений кейс-задач в области управления общественными связями, а также с помощью устного собеседования.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Типовые оценочные материалы по теме 1. Управление общественными связями как наука и социальный институт

Примерные вопросы для опроса.
1.Какие определения общественных связей и отношений вам известны?
2.Какие конфликтные характеристики общественных связей и отношений вы знаете?
3. Почему общественные отношения называют институтом?
4. Система социальных связей, условия её функционирования
5. Функции общественных связей

Типовые оценочные материалы по теме 2. Теоретико-методологические основы управления общественными связями и отношениями в экономической сфере
Контрольная работа:
1. Раскройте содержание понятия «общественные связи»
2. На примере выбранного социального объекта выделите совокупность связей, которые обеспечивают его функционирование и развитие
3. Разберите понятие «социальная система», охарактеризуйте ее структуру, определите виды социальных связей
4. Охарактеризуйте функции общественных связей

Примерные темы для докладов:
1) Источники и особенность массовой коммуникации в современном обществе
2) Социальная коммуникация и её роль в развитии системы общественных связей

3) Информационные основания процессов управления
4) Модель массовой коммуникации Г. Лассуэлла
5) Теория коммуникации Ю.Хабермаса

Типовые оценочные материалы по теме 3. Организация работы PR-служб: общие принципы и задачи. Виды и формы PR-деятельности.
Кейсы-задания:
1. Выбрать организацию (учреждение) государственной власти (орган государственной власти) Российской Федерации.

- Рассмотреть структуру данной организации, выделив для подробного исследования управление (департамент, отдел и т.п.) по связям с общественностью.
- Проанализировать цели, задачи управлений по связям с общественностью.
- Сформулировать задачи, а также направление работы и функциональные обязанности специалистов по связям с общественностью выбранной организации.
- Исследовать PR-проекты, определить их цель и задачи.

Вариант кейса 1

В организации N функционируетотдел по связям с общественностью (PR). Данное подразделение выполняет определенные функциональные задачи в общей системе управления. Руководство принимает решение внести изменения в структуру управления с целью создания подразделения, которое будет способствовать созданию имиджа «открытой», «отзывчивой» компании, обладающей высокой степенью адаптивности к изменяющимся условиям.

Задание. Описать цель, задачи и функции отдела по связям с общественностью конкретной организации. Внести изменения в структуру и предложить новые функциональные задачи PR подразделения. Продумать, обсудить в группе и представить новую структуру службы по связям с общественностью.Предложить PR-план планомерной и репрезентативной информационно-коммуникативной деятельности, способствующейэффективности всего управленческого процесса.

Вопросы и задания:

1. Как обычно называются PR-службы в органах государственной власти?
2. Каковы направления работы таких служб?
3. Приведите пример успешной PR-кампании для одной из госструктур.

Типовые оценочные материалы по теме 4. Формы, механизмы и способы формирования и управления общественным мнением. Структура общественного сознания.
Контрольная работа:
1.Какие подходы понимания феномена «общественное мнение» Вам известны?
2. Кто относится к неформальным лидерам общественного мнения? Приведите примеры.
3. Какие существуют каналы выражения общественного мнения?
4. Почему П. Бурдье сформулировал тезис о том, что общественного мнения не существует? Согласны ли Вы с этим утверждением?

Вопросы для проведения опроса:
1. Концепция коммуникации Н.Лумана
2. Общественное сознание как объект исследования

3. Общественное мнение: сущность, виды, функции
4. Лидеры общественного мнения: формальные и неформальные
5. Жизненный цикл общественного мнения

Типовые оценочные материалы по теме 5. Системная организация информационно-коммуникативного пространства связей в обществе. Структура и источники информационной потребности и информационного интереса.

Примерные темы для докладов:

1. Общественное мнение и толпа (Г. Тард)
2. Классификация источников социальной информации.
3. Структура информационно-коммуникативного пространства
4. Информационно-коммуникативная потребность участников общественных отношений
5. Теория средств коммуникации Н. Лумана

Примерные вопросы для проведения опроса:
1. Процесс информирования субъектов общественных отношений
2. Типология российского информационного пространства. Принципы типологизации
3. Цель мониторинга и рейтинга при организации общественных связей
4. Источники, виды, формы массовой информации, влияющие на общественное мнение
5.

Типовые оценочные материалы по теме 6. Медиарилейшнз. Управление СМИ и информацией.

Кейсы задания:
Кейс А. В городе N на ТВ появилась информация, что в банке с диетическим напитком «Р» был обнаружен шприц. Этим сообщением заинтересовалось Управление по контролю за продуктами и лекарствами, и потенциально резонансную тему подхватили телеканалы по всей стране. Репутация компании оказалась под угрозой, но был заранее разработанный антикризисный план. Руководство компании провело ряд мероприятий для СМИ.

Задание

1. Предложите план мероприятий по защите имиджа компании.
2. Составьте список информационных поводов для журналистов.
3. Предложите план мероприятий по взаимодействию со СМИ.
4. Подготовьте пресс-папку для пресс-конференции.
5. Какой эффект от предложенных мероприятий вы ожидаете? Аргументируйте свое мнение.

Типовые оценочные материалы по теме 7. Технологии управления информационными кризисами и конфликтами в экономической сфере
Кейсы задания:

Кейс Б. В городе Nсемь человек смертельно отравились препаратом Тай, самым распространенным на тот момент болеутоляющим лекарством. Дело в том, что неизвестный на каком-то этапе производственного цикла подсыпал в лекарство

цианистый калий. В ходе разрешения данного кризиса сформировалось несколько принципов реагирования на подобные ситуации. Эти принципы актуальны и по сей день.

Задание

1. Предложите меры антикризисного реагирования.
2. Определите целевые аудитории для антикризисной кампании.
3. Составьте PR-стратегию.
4. Напишите информационную стратегию.
5. Разработайте план взаимодействия с журналистами.

Типовые оценочные материалы по теме 8. Правовые и этические основы управления общественными связями

Примерные вопросы для опроса:

1. Охарактеризуйте степень правосознания в информационной сфере в российском обществе.
2. Как вы оцениваете возможности использования законодательства о средствах массовой информации в целях регулирования PR-деятельности?
3. В чем причины систематических нарушений этических норм в PR-среде?
4. Какие меры вы бы порекомендовали для укрепления социальной ответственности института PR?
5.Прокомментируйте следующие рассуждения:

а) «Рост инструментального разума достиг критической отметки , переход к которой приведет к созданию общества, в котором нет места арене широко обсуждения и свободного выбора проблем общественностью – общественные проблемы подобно техническим решаются экспертами, использующими инструментально-рациональное знание» Ю. Хабермас

б) «Сегодня происходит замена манипулированием людьми активным и разумным сотрудничеством» Э. Фромм

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Формируемые компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-19	способностью применять при решении профессиональных задач психологические методы, средства и приемы	ПК-19.2.2	способность применять психологические методы, средства и приемы

4.3.2 Типовые оценочные средства.

Вопросы для экзамена по дисциплине «Управление общественными связями»

1. Объект и предмет дисциплины «Управление общественными связями».
2. Понятие и содержание общественных отношений и связей
3. Место и роль социальной коммуникации в системе социальных отношений

4. Современное понимание природы PR, история формирования, возникновение институтов PR.
5. Сферы, субъекты, объекты PR. Основные показатели определения характеристики целевых аудиторий для рекламных и PR кампаний.
6. Определение понятия «общественное мнение». Виды, функции, носители общественного мнения
7. Лидеры общественного мнения, их роль в управлении общественными отношениями
8. Формирование повестки дня для общественности, бизнеса, органов власти
9. Формирование общественного мнения: каналы, формы выражения
10. Модели управления общественным мнением
11. Характерные признаки и жизненный цикл общественного мнения
12. Законы влияния на общественное мнение
13. Источники, виды, формы массовой информации, влияющие на общественное мнение
14. Структура информационно-коммуникативного пространства
15. Информационно-коммуникативная потребность участников общественных отношений
16. Процесс информирования субъектов общественных отношений
17. Типология российского информационного пространства. Принципы типологизации
18. Цель мониторинга и рейтинга при организации общественных связей
19. Структурное PR-подразделение организации, его функции
20. Медиа-рилейшинз: формы и правила формирование и поддержания связей со СМИ
21. PR-менеджер, сфера деятельности, функции, требования к профессии
22. PR-консультант. Сфера реализации PR-консультирования. Виды, функции PR-консультирования в сфере экономической деятельности
23. Копирайтинг как вид PR-деятельности. Сфера реализации.
24. Спич-райтинг как вид PR-деятельности. Сфера реализации
25. Спич-райтерский текст. Виды, особенности подготовки
26. Создание имиджа. Цель, задачи, этапы осуществления
27. Спин-докторинг. Виды, функции в сфере PR экономической деятельности
28. Понятие конфликта и кризиса в PR-деятельности
29. Информационный конфликт: основные характеристики, способы регулирования. Место и роль «Public relations» в конфликтной ситуации.
30. Информационный кризис: основные характеристики, способы регулирования. Роль и функции отдела связей с общественностью в управлении кризисными ситуациями.
31. Риск как фактор PR-деятельности. Виды рисков в PR
32. Основные цели, средства и планирование антикризисного PR
33. Специальные мероприятия (пресс-конференция, брифинг, пресс-тур)
34. Основные этапы организации и проведения PR-компании
35. Планирование PR-компании
36. Правовые и этические основы PR-деятельности
37. Этические нормыPR- деятельности
38. Правовое регулирование в сфере управления общественными отношениями.
39. Основные законы Российской Федерации в сфере управления общественными отношениями
40. Неинституциализированная информация: слухи, сплетни. Меры противодействия.
41. PR-инструменты коммерции: лоббизм.
42. Цель, задачи, виды лоббирования. Лоббизм в России
43. Сущность деятельности служб «Public relations» в государственных и партийно-политических структурах.
44. Содержательные аспекты взаимодействия государственной службы со средствами массовой информации.

45. Взаимодействие органов государственной власти с прессой, радио, телевидением. Использование информации, печати, радио и телевидения, учет «обратной связи» в диалоге с населением.
46. Основные принципы политики организации в отношении работы со СМИ.
47. PR – кампания: функции и принципы. Организационные и содержательные аспекты. Этапы кампании.
48. Сравнительная характеристика отделов рекламы и связей с общественностью коммерческих и государственных организаций.
49. Место отделов рекламы и связей с общественностью в системе корпоративного менеджмента.
50. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в коммерческой деятельности.
51. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в подержании корпоративного единства организации.
52. Корпоративный стиль. Определение имиджа и репутации компании.
53. Принципы взаимодействия отделов рекламы и связей с общественностью со средствами массовой информации.
54. Методика подготовки основных рекламных и PR-документов.
55. Личностные и профессиональные требования к специалистам отделов рекламы и связей с общественностью.
56. Методы сбора информации для подготовки рекламной и pr стратегий.
57. Технологии формирования открытой информационной политики организации.
58. Параметры оценки результативности PR-кампании.
59. Основные организационные структуры в связях с общественностью.
60. Условия эффективного и цивилизованного функционирования PR как социального института.
61. Основные функции управления связей с общественностью в органах государственной власти (привести пример).
62. Задачи паблик рилейшнз в сфере государственной политики.
63. Развитие в России структур и институтов по связям с общественностью.
64. Этапы развития PR в России. Их характеристики.
65. Содержание профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью.
66. Основные функции управления связей с общественностью в органах государственной власти.
67. Главные функциональные задачи имиджевой кампании. Почему сегодня создание позитивного имиджа для любого социального субъекта является делом первостепенной важности?
68. Что является главной функцией имиджа? Назовите этапы формирования имиджа.
69. Из чего складывается стратегия связей с общественностью государственной организации (на примере выбранного органа государственной власти)?
70. Какие факторы влияют на создание положительного имиджа региона? Назовите наиболее значимые имиджеобразующие факторы региона.
71. Имидж региона как фактор инвестиционной привлекательности.
72. Степень влияния экономических факторов на формирование имиджа региона.
73. Условия жизнеобеспечения и уровень безопасности как имиджевый фактор региона.
74. Позиционирование региона в политическом пространстве России.

Шкала оценивания.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Рекомендуемые средства (методы)

			оценивания
ПК-19.2.2 способность применять психологически е методы, средства и приемы	Ориентируется в основных задачах специальности Формулирует основные способы достижения профессиональных задач	Основные способы достижения профессиональных задач сформулированы верно	Тестирование, опрос, контрольная работа, эссе, решение задач

4.4. Методические материалы

Оценивание обучающихся в процессе поэтапного освоения ими компетенций, формируемых данной дисциплиной осуществляется в форме экзамена, который предполагает оценивание *умений* и *навыков с помощью* решения ситуационных задач и/или кейс-задания.

К экзамену допускаются студенты, выполнившие все требования учебной программы, выполнившие в установленные сроки все виды заданий и работ, не имеющим задолженностей по итогам текущего контроля успеваемости.

Подготовка к экзамену предусматривает устное повторение пройденного учебного материала по дисциплине (с использованием конспектов, учебных пособий, дополнительной литературы), а также дополнительное конспектирование этих источников по перечню вопросов, выносимых на экзамен.

Экзамен принимает лектор. Умения и навыки обучающегося на экзамене оцениваются как «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично».

Оценивание обучающегося на зачете по дисциплине

Оценка	Критерии оценки	Результаты обучения
«отлично»	- эффективно выявляет и разрабатывает пути разрешения информационных конфликтов и кризисов в общественной сфере; - корректно применяет в профессиональной деятельности социально-психологические методы и средства; - демонстрирует способности противодействия психологическим приемам и давления при решении профессиональных задач.	**ПК-19.2.2** **на уровне навыков:** применения при решении профессиональных задач социально-психологических методов и средств; Противодействия психологическим приемам и давления при решении профессиональных задач; Владения инструментами управления общественными отношениями с целью урегулирования противоречий между властью, обществом и личностью;
«хорошо»	- эффективно выявляет и разрабатывает пути разрешения информационных	

	конфликтов и кризисов в общественной сфере; - корректно применяет в профессиональной деятельности социально-психологические методы и средства; - демонстрирует способности противодействия психологическим приемам и давления при решении профессиональных задач.	
«удовлетворительно»	- - эффективно выявляет и разрабатывает пути разрешения информационных конфликтов и кризисов в общественной сфере; - корректно применяет в профессиональной деятельности социально-психологические методы и средства; - демонстрирует способности противодействия психологическим приемам и давления при решении профессиональных задач.	
«неудовлетворительно»	- - эффективно выявляет и разрабатывает пути разрешения информационных конфликтов и кризисов в общественной сфере; - корректно применяет в профессиональной деятельности социально-психологические методы и средства; демонстрирует способности противодействия психологическим приемам и давления при решении профессиональных задач.	

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Цель методических рекомендаций - обеспечить студенту оптимальную организацию процесса изучения дисциплины, а также выполнения различных форм самостоятельной работы.

Студентам необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине,

имеющимся на образовательном портале и сайте кафедры, с графиком консультаций преподавателей кафедры.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний, умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение заданий учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Обучение по дисциплине «Управление общественными связями» предполагает контактную форму работы (лекционные, семинарские занятия, а также консультации) и самостоятельную работу обучающихся.

5.1 Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс).

Дисциплина «Управление общественными связями» ориентирована на формирование у обучающихся умений и навыков использования технологий и инструментов управления общественными связями в экономической сфере.

Студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;
- на отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных носителях, представленный лектором на портале или присланный на «электронный почтовый ящик группы» (таблицы, графики, схемы). Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции;
- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

Рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям.

Цель семинарских занятий заключается в ознакомлении обучающихся с новыми подходами в сфере управления общественными связями, гармонизации общественных отношений в экономической сфере.

Студентам следует:

- приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;
- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия и отработать задания, определённые для подготовки к практическому занятию;
- при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты и материалы правоприменительной практики;
- теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;
- в ходе практического занятия давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;

- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

Вопросы для самостоятельной подготовки к лекционным и семинарским занятиям

Тема 1. Управление общественными связями как наука и социальный институт

Лекция:
1. Понятие общественных связей (ОС) и общественных отношений
2. Структура социальной системы
3. Социальная коммуникация
4. Система социальных связей (СОС), условия её функционирования
5. Функции общественных связей

Практическое занятие:
1.Теоретические подходы к пониманию природы общественных связей и отношений
2. Виды и назначение общественных связей
3. Управление общественными связями как социальный институт
5. Функции общественных связей

Тема 2. Теоретико-методологические основы управления общественными связями и отношениями в экономической сфере
Лекция:
1. Источники и особенность массовой коммуникации в современном обществе
2. Социальная коммуникация и её роль в развитии системы общественных связей
3. Социальная система, ее структура, виды социальных связей.

Практическое занятие:
1. Информационные основания процессов управления
2. Модель массовой коммуникации Г. Лассуэлла
3. Теория коммуникации Ю.Хабермаса

Тема 3. Организация работы PR-служб: общие принципы и задачи. Виды и формы PR-деятельности.
Лекция:
1. Цели и задачи деятельности PR-отдела в организации.
2. Место и роль PR-службы в структуре организаций различных видов и форм собственности
3. Виды и формы PR-деятельности.Сущность деятельности служб «Public relations» в государственных и партийно-политических структурах.
4. Роль отделов связей с общественностью в подержании корпоративного единства организации.

Практическое занятие:
1. Особенности деятельности PR-службы в коммерческой организации
2. Специфика работы PR-службы в государственных органах и госкоропорациях
3.PR-менеджер, PR-консультант: задачи деятельности и полномочия.
4. Взаимодействие органов государственной власти с прессой, радио, телевидением. Использование информации, печати, радио и телевидения, учет «обратной связи» в диалоге с населением.

Тема 4. Формы, механизмы и способы формирования и управления общественным мнением. Структура общественного сознания.
Лекция:
1.Теоретические подходы к исследованию общественного мнения
2. Каналы выражения общественного мнения.
3. Функции и виды общественного мнения
4. Модели управления общественными мнением в экономической сфере

Практика:
1. Общественное сознание как объект исследования
2. Лидеры общественного мнения: формальные и неформальные
3. Жизненный цикл общественного мнения

Тема 5. Системная организация информационно-коммуникативного пространства связей в обществе. Структура и источники информационной потребности и информационного интереса.

Лекция:

1. Классификация источников социальной информации.
2. Структура информационно-коммуникативного пространства
3. Информационно-коммуникативная потребность участников общественных отношений
4. Теория средств коммуникации Н. Лумана
5. Неинституциализированная информация: слухи, сплетни. Меры противодействия.

Практическое занятие:
1. Процесс информирования субъектов общественных отношений
2. Типология российского информационного пространства. Принципы типологизации
3. Цель мониторинга и рейтинга при организации общественных связей
4. Источники, виды, формы массовой информации, влияющие на общественное мнение

Типовые оценочные материалы по теме 6. Медиарилейшнз. Управление СМИ и информацией.

Лекция:
1. Медиа-рилейшинз: формы и правила формирование и поддержания связей со СМИ
2. Пресс-конференция: задачи и особенности подготовки
3. Цели и задачи брифинга и пресс-тура.
4. Правила организации мероприятий для СМИ

Практическое занятие:
1. Основные принципы политики организации в отношении работы со СМИ.
2. Методика подготовки основных рекламных и PR-документов.
3. Основные организационные структуры в связях с общественностью.

Тема 7. Технологии управления информационными кризисами и конфликтами в экономической сфере
Лекция:
1. Информационный конфликт: основные характеристики, способы регулирования.

2. Информационный кризис: основные характеристики, способы регулирования. Роль и функции отдела связей с общественностью в управлении кризисными ситуациями.
3. Риск как фактор PR-деятельности. Виды рисков в PR
4. Основные цели, средства и планирование антикризисного PR

Практическое занятие:
1. Условия эффективного и цивилизованного функционирования PR как социального института
2. Место и роль «Public relations» в конфликтной ситуации.
3. Виды информационных кризисов и методы превентивного воздействия на информационно-коммуникативное пространство.

Тема 8. Правовые и этические основы управления общественными связями
Лекция:
1. Этические нормы PR- деятельности
2. Правовое регулирование в сфере управления общественными отношениями.
3. Основные законы Российской Федерации в сфере управления общественными отношениями

Практическое занятие:
1.Нормы Конституции РФ, регулирующие информационное взаимодействие в общественной сфере
2. Меры укрепления социальной ответственности института PR
3. Международные кодексы специалистов в сфере общественных связей

5.2. Методические рекомендации к самостоятельной работе

Самостоятельная работа обучающихся направлена на решение следующих задач:

1. Развитие навыков информационно-аналитического обеспечения принятия управленческих решений в сфере общественных отношений;
2. Развитие и совершенствование способностей к гармонизации общественного развития с помощью разрешения противоречий в информационной сфере;
3. Формирование практических навыков воздействия на паблицитный капитал коммерческой организации или органа власти с помощью инструментов управления общественными связями.

Для решения первой задачи обучающимся предлагается освоить навыки информационно-аналитической работы в области управления общественными связями. Результаты работы обсуждаются на практических занятиях.

Для решения второй задачи – развитие и совершенствование способностей к гармонизации общественного развития с помощью разрешения противоречий в информационной сфере, обучающимся необходимо проанализировать источники противоречий, возникающих в информационном пространстве и научиться разрабатывать меры по их купированию и преодолению.

Для решения третьей задачи – практических навыков воздействия на паблицитный капитал коммерческой организации или органа власти с помощью инструментов управления общественными связями, обучающимся нужно подготовить презентацию с аргументированными предложениями по увеличению паблицитного капитала. Проверка выполнения заданий осуществляется как на практических занятиях с помощью устных выступлений обучающихся (при опросе) и их коллективного обсуждения (в форме групповых дискуссий).

5.3. Методические рекомендации по решению ситуационных задач и кейс-заданий

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература.

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.] ; под ред. М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 366 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04540-6. (Юрайт)
2. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. – СПб.: «Питер», 2012
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]: профессиональные компетенции. Учебное пособие/ А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко— Электрон. текстовые данные.— М.: Дело, 2016.— 520 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/51076.html.— ЭБС «IPRbooks»

6.2. Дополнительная литература.

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ А.Г. Киселёв— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52573.html.— ЭБС «IPRbooks»
2. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.В. Минаева— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8972.html.— ЭБС «IPRbooks»
3. Сайкин Е.А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.А. Сайкин, З.Н. Сергеева— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 84 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/44973.html.— ЭБС «IPRbooks»

6.4. Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993г (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008г. № 6-ФКЗ и от 30.12.2008г. № 7-ФКЗ) // Российская газета, 2009г. № 7 - от 21января.
2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Утв. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2008. №47, Ст.5489.
3. Федеральный конституционный закон от 17.12.1997г. № 2-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации» (в ред. от от 07.05.2013 N 3-ФКЗ) // СЗ РФ. 1997г. № 51. Ст. 5712; Ст. 3984; 2013. N 19. Ст. 2294.

4. Федеральный закон «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. N 2124-I
5. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ

6.5. Интернет-ресурсы.

1. www.government.ru – интернет-портал Правительства Российской Федерации.
2. http://www.mid.ru – Министерство иностранных дел Российской Федерации
3. http://www.scrf.gov.ru/ – Совет Безопасности Российской Федерации
4. http://minsvyaz.ru/ru/ – Минкомсвязи
5. http://www.rossvyaz.ru/ – Федеральное агентство связи
6. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) - http://www.rsoc.ru/
7. http://www.fapmc.ru/magnoliaPublic/rospechat.html – Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям
8. http://www.fsb.ru/ – Федеральная служба безопасности
9. http://www.council.gov.ru/ – Совет Федерации Федерального собрания РФ (Комиссия по информационной политике)
10. http://www.duma.gov.ru/ – Государственная дума Федерального собрания РФ (Комитет по информационной политике)
11. http://www.nak.fsb.ru – Национальный антитеррористический комитет (НАК) -
12. http://www.infoforum.ru – Национальный форум информационной безопасности (Инфофорум)
13. http://www.un.int/russia/new/MainRootrus/index_plain.html – Россия в ООН
14. http://www.infolaw.rniiis.ru – Информационное право (журнал)
15. http://www.frip.ru/ - Фонд развития информационной политики

6.6. Иные источники.

1. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. – СПб.: «Питер», 2012
2. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью. Практикум. – М.: Академический проект, 2008
3. PR в сфере коммерции /под ред. д.э.н. И.М. Синяевой. – М.: Вузовский учебник, 2012
4. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Учебное пособие. М., 2014
5. Управление общественными отношениями / Под ред. Комаровского В.С. М.: Изд-во РАГС, 2009.
6. Най Дж. Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. - М., 2006.
7. Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академ. проект, 2000.
8. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. СПб., 2003.
9. Шевченко А.В. Государственная служба и СМИ: правовое регулирование отношений. М.: Изд-во РАГС, 2007

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Специализированные залы для проведения лекций и аудитории для проведения семинарских и практических занятий с использованием мультимедийного оборудования и возможностью прямого выхода в сеть Интернет.
2. Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.

3. Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.
4. Лицензионныеэлектронныересурсы: Windows, Microsoft Office (Excel, InfoPath, PowerPoint, Publisher, Word).
5. Информационные справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».