

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Управление общественными связями**

**Автор:** доктор полит. наук, профессор, Шевченко А.В.  
кандидат полит. наук, старший преподаватель Медведев Д.А.  
кандидат психол. наук, доцент Зиновьева Е.Б.

#### **Код и наименование специальности, специализации:**

38.05.01 Экономическая безопасность, специализация: экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

**Квалификация (степень) выпускника:** экономист

**Форма обучения:** очная

#### **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенции в области способности применять при решении профессиональных задач психологические методы, средства и приемы

#### **План 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). Назначение и функции общественных 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 «публич рилейнз» 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.Бурдьё 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 организаций; локальной (местной) общественности.

## **Тема 6. Медиарелейшнз. Управление СМИ и информацией.**

Основные принципы взаимодействия организации со средствами массовой информации (media-relations). Цель и задачи медиа-релейшнз. 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»,

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

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

- при проведении занятий лекционного типа: опрос
- при проведении занятий семинарского типа: кейсы задания (КЗ), контрольная работа (КР), Д (доклад), (О) опрос
- при контроле самостоятельной работы студентов: кейсы задания (КЗ), контрольная работа (КР), Д (доклад), (О) опрос

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамена.

#### *Этап(ы) освоения компетенций:*

ПК-19.2.2 способность применять психологические методы, средства и приемы

#### *Результат формирования компетенции:*

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

#### **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) Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/1D8B6D05-1892-46AE-BEAA-EA5E4227DC94>

2. 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»