

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

Институт государственной службы и управления

Кафедра общественных связей и медиаполитики

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры общественных
связей и медиаполитики
Протокол от «27» июня 2017 г. № 11

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ОД.4 Теория и практика связей с общественностью

ТПСО

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Общественные связи и медиаполитика

магистр

Очная, очно-заочная, заочная

Год набора - 2017

Москва, 2016 г.

Автор—составитель:

Доктор политических наук, профессор кафедры общественных связей и медиаполитики, отделения журналистики ИГСУ РАНХиГС Кузнецов В.Ф.

Заведующий кафедрой

И.О. заведующего кафедрой общественных связей и медиаполитики, доктор социологических наук, профессор Шарков Ф.И.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО.....	5
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).....	14
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
6.1. Основная литература.....	16
6.2. Дополнительная литература.....	16
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	16
6.4. Нормативные правовые документы.....	17
6.5. Интернет-ресурсы.....	19
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	20

**1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

1.1 Дисциплина Б1.В.ОД.4 Теория и практика связей с общественностью обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-1	способность понимать производственные и технические возможности информационно-коммуникационной деятельности в обществе, формировать эффективные общественные связи и отношения между различными коммуникантами и оказывать медиавоздействие на целевую аудиторию	ДПК-1.1	Способность понимать производственные и технические возможности информационно-коммуникационной деятельности в современных организациях и учреждениях

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФЛФ (при наличии профстандарта или по результатам форсайт-сессии)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
- выстраивать системы общественных связей органов государственного и муниципального управления;	ДПК-1.1	на уровне знаний: знает основы теории и практики связей с общественностью при формировании общественных связей в организации
		на уровне умений: понимает специфику производственных и технических возможностей информационно-коммуникационной деятельности.
		на уровне навыков: умеет на практике проводить диагностику и реализовывать информационно-коммуникационную деятельность в современных организациях и учреждениях

2.Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ОД.4 Теория и практика связей с общественностью входит в раздел ОП ВО дисциплины базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)», относится к дисциплинам вариативной части.

Общая трудоемкость Б1.В.ОД.4 Теория и практика связей с общественностью составляет 3 зачётных единиц, дисциплина изучается в 1 семестре при очной, во 2 семестре при очно-заочной, в 1-2 семестрах при заочной формах обучения.

В содержательном плане дисциплина опирается на Б1.В.ОД.3 Современные теории коммуникации (1 семестр для всех форм обучения).

Для очной формы обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 32 часа: лекции – 10 часов, практические занятия - 22 часов. Самостоятельная работа составляет 40 часов.

Для очно-заочной формы обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 18 часа: лекции – 4 часов, практические занятия - 14 часов. Самостоятельная работа составляет 54 часов.

Для очной формы обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 20 часа: лекции – 4 часов, практические занятия - 8 часов. Самостоятельная работа составляет 87 часов.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом - экзамен.

3.Содержание и структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости* *, промежуточно й аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Тема 1	История развития связей с общественностью в государственном управлении	14	2		2		10	О
Тема 2	Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России	16	2		4		10	О
Тема 3	Основные этапы PR-деятельности в государственном управлении	20	2		8		10	Р

Тема 4	Роль и функции служб связей с общественностью в органах власти	22	4		8		10	О
Промежуточная аттестация		36						Экз
Всего:		108	10		22		40	36

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости* *, промежуточно й аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Тема 1	История развития связей с общественностью в государственном управлении	12	2		2		8	О
Тема 2	Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России	16	2		4		10	О
Тема 3	Основные этапы PR-деятельности в государственном управлении	22			4		18	Р
Тема 4	Роль и функции служб связей с общественностью в органах власти	22			4		18	О
Промежуточная аттестация		36						Экз
Всего:		108	4		14		54	36

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости* *, промежуточно й аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ЭО, ДОТ*	ПЗ/ЭО, ДОТ*	КСР		

Тема 1	История развития связей с общественностью в государственном управлении	24	2		2		20	О
Тема 2	Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России	24	2		2		20	О
Тема 3	Основные этапы PR-деятельности в государственном управлении	25			2		23	Р
Тема 4	Роль и функции служб связей с общественностью в органах власти	26			2		24	О
Промежуточная аттестация		9						Экз
Всего:		108	4		8		87	9

Используемые сокращения приводятся после таблицы в примечании.

Примечание:

** – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;*

*** – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.*

**** - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО).*

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. История развития связей с общественностью в государственном управлении

Роль СО в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Власть, Общество и СО. Распределение власти в обществе и борьба за власть. Общественно-политическая ситуация и социально-политические процессы. Политическое управление. СО: ключевые понятия, цели, задачи, функции. СО как социальный институт. Краткая история возникновения и развития PR.

Тема 2. Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России

Виды PR по сферам общественной жизни: социально-экономические, политические, духовно-идеологические и культурные связи с общественностью. RACE. Цикл качества PR. PR в системе ИМК. PR в универсальной коммуникационной цепи.

Тема 3. Основные этапы PR-деятельности в государственном управлении

Определение проблемы. Постановка конкретных целей коммуникации. Планирование PR-программы. Определение, что именно нужно сделать для решения

проблемы. Разработка стратегии и тактики связей с общественностью. Реализация PR-программы. Составление календарного плана. Оценка результатов. Анализ и контроль хода реализации и достигнутых результатов программы.

Тема 4. Роль и функции служб связей с общественностью в органах власти

Сущность деятельности служб по связям с общественностью. Функции институтов связей с общественностью. Современные направления деятельности служб связей с общественностью как коммуникационное взаимодействие с группами общественности и органами управления. Численность, состав и обязанности сотрудников отделов по связям с общественностью. Факторы культурного порядка при разработке структуры ПР-отдела.

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

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.4 Теория и практика связей с общественностью используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1.	История развития связей с общественностью в государственном управлении	опрос
Тема 2.	Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России	опрос, кейс
Тема 3.	Основные этапы PR-деятельности в государственном управлении	опрос
Тема 4.	Роль и функции служб связей с общественностью в органах власти	опрос, кейс

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамена. Экзамен производится в устной форме и предусматривает ответ обучающегося на вопросы билета. Билет включает два теоретических вопроса, направленных на определение знаниевого уровня, и одно практическое задание, нацеленное на определение способности обучающегося к использованию полученных знаний при решении практических вопросов и на определение сформирование навыков в области связей с общественностью.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с результатами индивидуальной или групповой работы,
- участие в обсуждении, активность и умение правильно задавать вопросы,
- количество правильных ответов при тестировании.

Критерии оценивания работы на практическом занятии:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с информационными источниками;
- полнота, системность и аргументированность в изложении материала,

собственной или групповой позиции;

- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100).

Опрос на практических занятиях проводится в интерактивной форме, по результатам индивидуальной, парной и/или групповой работы, связанной с анализом документов, различных источников информации, с решением кейс-стади, с проведением фасилитационных сессий. Максимально 40 баллов - вклад по результатам активного на занятиях, выступления, участия в обсуждениях, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, 30 баллов - по результатам прохождения тестирования.

Вопросы для подготовки к опросам:

Тема 1. История развития связей с общественностью в государственном управлении

1. Роль СО в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
2. Власть, общество и СО.
3. Распределение власти в обществе и борьба за власть.
4. Общественно-политическая ситуация и социально-политические процессы.
5. Политическое управление. СО: ключевые понятия, цели, задачи, функции.
6. СО как социальный институт.
7. Краткая история возникновения и развития PR.

Тема 2. Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России

1. Виды PR по сферам общественной жизни: социально-экономические, политические, духовно-идеологические и культурные связи с общественностью.
2. RACE. Цикл качества PR. PR в системе ИМК.
3. PR в универсальной коммуникационной цепи.

Тема 3. Основные этапы PR-деятельности в государственном управлении

1. Определение проблемы.
2. Постановка конкретных целей коммуникации.
3. Планирование PR-программы.
4. Определение, что именно нужно сделать для решения проблемы.
5. Разработка стратегии и тактики связей с общественностью.
6. Реализация PR-программы.
7. Составление календарного плана.
8. Оценка результатов.
9. Анализ и контроль хода реализации и достигнутых результатов программы.

Тема 4. Роль и функции служб связей с общественностью в органах власти

1. Сущность деятельности служб по связям с общественностью.
2. Функции институтов связей с общественностью.
3. Современные направления деятельности служб связей с общественностью как коммуникационное взаимодействие с группами общественности и органами управления.
4. Численность, состав и обязанности сотрудников отделов по связям с общественностью.
5. Факторы культурного порядка при разработке структуры PR-отдела.

Типовые кейсы

1. Россия хочет привлечь больше иностранных туристов. Ее туристическая индустрия плохо развита, но в стране есть много привлекательных объектов. Среди них – озеро Байкал, Золотое кольцо, Сочи и другие, а также замечательные народные искусства и ремесла.

Задание. Ваше агентство по связям с общественностью нанято для того, чтобы широко оповестить западный рынок о России как о желанном для туристов месте.

-Какие ключевые группы публики вы будете пытаться привлечь и как вы будете их сегментировать?

- Какие PR планы и сообщения вы примените?

-Какие виды СМИ будут наиболее подходящими для ваших целей?

2. Правительство России решило привлечь к нашей стране внимание детей из разных государств мира. Для этого принято решение сделать русскую матрешку такой же популярной детской игрушкой как кукла Барби. Объявлен конкурс на лучший план PR-кампании «Русская матрешка».

Предложить план PR-кампании, описать стратегию, тактику. Изложить уникальность PR-проекта, виды и средства PR-деятельности.

3.Правительство Москвы решило провести долгосрочную городскую PR-кампанию «Единство равных», направленную на формирование терпимого, дружеского отношения к людям самых разных национальностей, которые проживают и приезжают в российскую столицу.

Разработайте основные этапы (в их последовательности) подобной имиджевой кампании, а также цели каждого этапа.

Для каждого этапа виды и средства PR-деятельности

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-1	способность понимать производственные и технические возможности информационно-коммуникационной деятельности в обществе, формировать эффективные общественные связи и отношения между различными коммуникантами и оказывать медиавоздействие на целевую аудиторию	ДПК-1.1	Способность понимать производственные и технические возможности информационно-коммуникационной деятельности в современных организациях и учреждениях

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ДПК-1.1 Способность понимать производственные и технические возможности информационно-коммуникационной деятельности в современных организациях и учреждениях	Знать основы теории и практики связей с общественностью при формировании общественных связей в организации. Понимать специфику производственных и технических возможностей информационно-коммуникационной деятельности. Уметь на практике проводить диагностику и реализовывать информационно-коммуникационную деятельность в современных организациях и учреждениях.	Знает основы теории и практики связей с общественностью при формировании общественных связей в организации. Понимает специфику производственных и технических возможностей информационно-коммуникационной деятельности. Умеет на практике проводить диагностику и реализовывать информационно-коммуникационную деятельность в современных организациях и учреждениях.

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к экзамену

1. История развития связей с общественностью в государственном управлении.
2. Роль PR с государственной системе.
3. Структура российского государственного PR-рынка: субъекты, специфика регионального и местного уровней.
4. Корпоративный PR, политический PR, государственный PR: сходства и отличия.
5. Особенности развития государственного PR в России.
6. Этапы планирования PR-деятельности.
7. Основные элементы планирования и реализации связей с общественностью государственными структурами.
8. Маркетинговые PR- коммуникации.
9. Основные способы сбора первичной и вторичной информации.
10. Диагностика групп общественности и определение полных ресурсов.
11. Социологические исследования связей с общественностью
12. Социо-психологические исследования связей с общественностью
13. Природа аудитории в сфере связей с общественностью
14. Характеристики аудитории в российской действительности
15. Сегментация групп общественности
16. Лидеры общественного мнения
17. Разработка плана PR-кампании
18. График мероприятий по поддержке связей с общественностью
19. Контроль и проверка исполнения графика связей с общественностью
20. Роль и функции государственных служб связей с общественностью
21. Организационная структура государственной PR-службы

22. Место отделов по связям с общественностью в организационной структуре государственных институтов.
23. Начало работы в качестве специалиста/руководителя государственного отдела по связям с общественностью. Стратегия и тактика.
24. Личные и деловые качества PR-специалиста
25. Харизматические качества PR-специалиста
26. Специфические качества PR-специалиста
27. Что такое GR?
28. Какие виды GR-деятельности можно отнести к лоббированию.
29. Основные функции GR- деятельности PR-отделов.
30. Сущность и особенности конфликтов. Стадии конфликтов
31. Основные причины возникновения кризисных ситуаций на предприятиях и в организациях.
32. Управление в условиях конфликта
33. Каким образом ведется работа с внешней общественностью в условиях кризиса.
34. Отличительные особенности работы с внутренней аудиторией в условиях кризиса.
35. Антикризисная деятельность государственных PR-служб
36. Формы и способы разрешения внутрифирменных конфликтов и кризисов

Типовые практические задания

Задание 1. Подготовьте презентацию концепции PR-кампании.

Газпром
Роснефть
Компания «Сухой»
Сеть магазинов «Перекресток»
Билайн
Уралмаш
Севмашзавод

Задание 2. Правительство города Москва объявило тендер на лучший имиджевый план ПР-кампании по распространению идеи : «Москва-один из лучших городов на Земле. Разработайте план для пяти целевых аудиторий. А). жители Москвы. Б). Россияне, которые приезжают в Москву из ближнего Подмосковья. В.) Россияне, которые приезжают в Москву из Сибири и Дальнего Востока. Г.) Иностранцы, которые приезжают в Москву из стран СНГ.Д.) Иностранцы, которые приезжают в Москву из дальнего зарубежья.

Задание 3. В 2014 году на станции «Славянский бульвар» Московского метрополитена произошла авария. После ужасной гибели людей у многих москвичей развился страх метро. Особенно негативные эмоции испытывают те, кто ежедневно вынужден ездить по тому же маршруту. Предложите ПР- план повышения имиджа Московского метрополитена.

Задание 4. Разработка фирменного стиля - дело дизайнера. Однако задание на разработку выдает PR-специалист. Он же осуществляет и последующий контроль за его выполнением. Лучший вариант - когда PR-специалист собирает фокус-группу из представителей целевых групп, которым фирменный стиль адресован, и составляет

вместе с ними креативный бриф - специальный документ, формулирующий представления о желаемом фирменном стиле.

Предложите креативный бриф на создание фирменного стиля Года семьи, проводившегося в России в 2016 г.

Задание 5. В одной европейских стране одной из главных статей дохода является туризм, поскольку теплые прибрежные воды Атлантического океана, купание, подводное плавание, морские прогулки весьма притягательны для туристов всего мира. Однако возникла проблема: прибрежную акваторию облюбовали акулы, которые время от времени подплывали совсем близко к пляжной зоне. Популяция акул начала стремительно увеличиваться, а вместе с этим росло число их жертв. Ежегодно регистрировалось до 200 нападений морских хищников на людей, из них во многих случаях следовал летальный исход. Постепенно акулы стали «проедать» основу экономики страны - туризм, и предприниматели забили тревогу.

Сформулируйте план PR-действий в подобной ситуации.

Шкала оценивания.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу. Успешно применяет знания для решения практической задачи, апеллирует к авторитетным оценкам и может отстоять собственную позицию.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы и решение практической задачи не вызывают существенных затруднений, но требуют некоторых уточнений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при

	ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей, решении практической задачи. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания, вызывает сложность применения знаний и навыков при решении практической задачи.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом, практическое задание не выполнено или выполнено не верно.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- оценка удовлетворительно выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка хорошо выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка отлично выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин и применять их в решении практических профессиональных задач.

4.4. Методические материалы

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций проводятся в соответствии Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС (утв. Приказом ректора от 25.01.2012 г. №01-349; изм. от 07.06.2013 г.), Порядке организации и проведения практики студентов, осваивающих в РАНХиГС образовательные программы высшего образования - программы специалитета, программы магистратуры (утв. Приказом ректора от 11.05.2016 г. №01- 2212).

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов,

интернет-ресурсов. Обучающему необходимо акцентировать внимание на возможности применения информации для решения практических задач.

Практические занятия проводятся в интерактивной форме, включают индивидуальные и групповые задания. В результате работы над кейсами и практическими заданиями обучающийся должен продемонстрировать способность работы с информацией, применения полученных знаний по изучаемой проблематике, активную позицию, способность работать в группе, отстаивать и аргументировать собственную позицию. В случае групповой работы оценка выставляется каждому члену команды с учетом вклада и общей результативности группы. Результаты оцениваются преподавателем и отражаются в балльно-рейтинговой ведомости.

Контроль самостоятельной работы осуществляется в рамках текущего контроля по темам учебной дисциплины.

Для самостоятельной подготовки к занятиям студентам предлагается изучить следующие темы:

1. Общая характеристика функций специалиста по СО, его статус и круг решаемых задач. Составные части профессиональной деятельности: информирование общественности, формирование общественного мнения, кризисные коммуникации, управление проблемными ситуациями, управление репутацией и создание благоприятного имиджа.
2. Специалисты по СО. Специализации: PR-концептуалист, PR-технолог, PR-специалист-полевик. Требования к специалистам по СО.
3. Профессиональные стандарты СО в России и за рубежом.
4. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитории, покупатели-потребители, журналисты как ключевая аудитория. Определение понятий «лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов», экономическое, финансовое сообщество, политическая, социо-культурная, клерикальная, профессиональная среда.
5. Виды СМК, используемых в СО. Преимущества и недостатки каждого вида СМК с точки зрения СО.
6. Понятие «база данных целевых СМИ». Критерии отбора и оценки эффективности использования средств коммуникации для различных PR-мероприятий и программ. Рейтинги СМИ. Стратегия и тактика взаимоотношений с местными, региональными, центральными и международными СМИ. СМИ и информационные сайты в Интернете.

Обучающемуся необходимо использовать возможности внеаудиторной контактной работы с преподавателем. Ознакомиться с материалами к учебным занятиям, передаваемых с помощью информационных и телекоммуникационных технологий: презентационными материалами по дисциплине, дополнительными материалами и заданиями преподавателя к практическим занятиям, размещенных в электронной информационно-образовательной среде Академии.

Преподавателем в процессе консультаций определяются дополнительные формы текущего контроля успеваемости в случае длительного отсутствия на занятиях или недостаточной активности студента (задания в форме тестов, кейсов, написание реферата). Обучающийся имеет право на выполнение дополнительных заданий по согласованию с преподавателем с целью повышения рейтинга по результатам текущего контроля успеваемости.

Примерные темы рефератов

1. Формы подачи информационно-новостных материалов: тексты и материалы.

2. PR-тексты: особенности и общие требования к их подготовке; PR-тексты и журналистские материалы; PR-тексты и реклама. Общие правила подготовки PR-текстов.
3. Материалы. Материалы для непосредственной публикации. Информационные жанры. Аналитические жанры. Художественно-публицистические жанры.
4. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий.
5. Новостные PR-мероприятия.
6. СМИ как основной канал воздействия PR-технологий. Медиа-планирование. Управление информацией и конструирование новостей.
7. Медиа-планирование.
8. Управление информацией и конструирование новостей. Управление СМИ и управление информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ.
9. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства: взгляд с позиции журналиста.
10. PR-кампания в сети Интернет.
11. Экономические кампании. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности.
12. Связи с общественностью на фондовом рынке, в реальном секторе экономики и их субъекты.
13. Раскрытие информации о компании.
14. Акценты в работе с финансовой (инвестиционной) информацией.
15. Этапы динамической коммуникации инвестора и эмитента и сопутствующие им материалы.
16. Инвестиционная привлекательность компании. Инвестиционная привлекательность региона.

Методические рекомендации по написанию реферата:

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт - TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее - по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения. Объем реферата 7-15 стр.

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. Составление документов. Теория и практика: учебное пособие. - М.: Аспект Пресс, 2009.
2. Теория и практика связей с общественностью: учебник для вузов. - М.; СПб. [и др.]: Питер, 2012.
3. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы: стратегия, коммуникация, имидж, брендинг: учебник. - М.: ЛИБРОКОМ, 2013.
4. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз. Учебник. М., Дашков и Ко, 2014.

6.2. Дополнительная литература

1. Борисов Б.Л. Реклама и паблик рилейшнз. Алхимия власти. – М., РИП-Холдинг, 2008.
2. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления: учебное пособие / Т.Ю. Анопоченко [и др.]. - Ростов н/Д: Феникс, 2010.
3. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов: рекомендовано УМО вузов России/ Кондратьев, Эдуард Викторович, Абрамов, Роман Николаевич. - 3-е издание. - М.: Академический проект, 2005.
4. Управление общественными отношениями. Учебник/ Под общ.ред. Комаровского В.С. – М., РАГС, 2003.
5. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика: учебник для студентов вузов: допущено Минобрнауки РФ, МГУ им. М.В. Ломоносова. - 6-е издание. - М.: Дело АНХ, 2010.
6. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие: рекомендовано УМО вузов России. - М.: Дашков и К, 2011.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Агапов, В. С. . Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов : монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.
2. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон, текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012,— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М.: Дело, 2015. - 192 с.
4. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон, текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрании законодательства РФ. - 2014.-№ 31,- ст. 4398.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016) // Собрание законодательства РФ.- 1998,-№31,- ст. 3823.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016) // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 5. - ст. 410.
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001. 195-ФЗ (ред. от 06.07.2016, с изм. от 17.11.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.10.2016) // Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 1 (ч. 1). - ст. 1.
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 06.07.2016) // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 25. - ст. 2954.
6. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) «О средствах массовой информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016) // Ведомости СНД и ВС РФ. - 1992. - № 7. - ст. 300.
7. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» // Собрание законодательства РФ. - 1995. - № 3. - ст. 170.
8. Закон РФ от 21.07.1993 № 5485-1 (ред. от 08.03.2015) «О государственной тайне» // Собрание законодательства РФ. - 1997. -№ 41.- с. 820-835.
9. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ. -2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3448.
10. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) // Собрание законодательства РФ. - 2006. - № 12,- ст. 1232.
11. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О связи» // Собрание законодательства РФ. - 2003. - № 28. - ст. 2895.
12. Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О коммерческой тайне» // Собрание законодательства РФ. - 2004. - № 32. - ст. 3283.
13. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015) // Собрание законодательства РФ. - 2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3451.
14. Федеральный закон от 22.10.2004 № 125-ФЗ (ред. от 23.05.2016) «Об архивном деле в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. - 2004. -№ 43. - ст. 4169.
15. Федеральный конституционный закон от 28.06.2004 № 5-ФКЗ (ред. от 06.04.2015) «О референдуме Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. - 2004. №27.- ст. 2710.
16. Федеральный закон от 26.11.1996 № 138-ФЗ (ред. от 04.06.2014) «Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления» (вместе с «Временным положением о проведении выборов депутатов представительных органов местного самоуправления и выборных должностных лиц местного самоуправления в субъектах Российской Федерации, не обеспечивших реализацию конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления») // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 49. - ст. 5497.

17. Федеральный закон от 11.07.2001 № 95-ФЗ (ред. от 09.03.2016) «О политических партиях» (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.03.2016) // Собрание законодательства РФ. - 2001.-№29.-ст. 2950.
18. Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ (ред. от 02.06.2016) «Об общественных объединениях» // Собрание законодательства РФ. - 1995. - № 21. - ст. 1930.
19. Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 24. - ст. 2253.
20. Федеральный конституционный закон от 30.05.2001 № 3-ФКЗ (ред. от 03.07.2016) «О чрезвычайном положении» // Собрание законодательства РФ. - 2001. - № 23. - ст. 2277.
21. Федеральный конституционный закон от 30.01.2002 № 1-ФКЗ (ред. от 12.03.2014) «О военном положении» // Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 5. - ст. 375.
22. Федеральный закон от 21.12.1994 № 68-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 35. - ст. 3648.
23. Федеральный закон от 06.03.2006 № 35-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О противодействии терроризму» // Собрание законодательства РФ. - 2006. — № 11. - ст. 1146.
24. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ (ред. от 23.11.2015) «О противодействии экстремистской деятельности» // Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 30. - ст. 3031.
25. Федеральный закон от 04.04.2005 № 32-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об Общественной палате Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. - 2005. - № 15. - ст. 1277.
26. Федеральный закон от 24.07.1998 № 124-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. - 1998.-№31. -ст. 3802.
27. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. - 2014. - № 26 (часть I). - ст. 3378.
28. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ от 9 сентября 2000 г. № Пр-1895) // Российская газета - 2000. - № 187.
29. Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года (утв. Президентом РФ 24 июля 2013 г., № Пр-1753). Доступ к URL: <http://base.garant.ru/182535/>
30. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 7 февраля 2008 г. № Пр-212) // Российская газета. - 2008. - № 34.
31. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 21.10.2016) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)»» // Собрание законодательства РФ. - 2014. - № 18 (часть II). - ст. 2159.

6.5. Интернет-ресурсы

1. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: <http://www.edilib.ru/>
2. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: <http://www.lib.msu.ru/ioumal/Unilib/main.htm>
3. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>
4. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/>
5. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: <http://www.edu.ru/>

6. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: <http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx>
7. Экономический и социальный совет ООН (Язык сайта - английский). Режим доступа: <http://www.un.org/en/development/index.shtml>: Режим доступа: <http://www.un.org/en/ecosoc/>
8. Библиотека по журналистике (история журналистики, теория и практика, реклама, маркетинг, PR, право, логика, риторика, справочники и словари). Режим доступа: <http://www.cvartist.narod.ru/->
9. Медиакратия: информационно-образовательный портал для медиасообщества. Режим доступа: <http://www.inediacratic.ru/> -

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства ЮРАЙТ. URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.