

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хренков Александр Викторович
Должность: Президент
Дата подписания: 22.02.2026 19:47:04
Уникальный программный ключ:
93d726ba20391c5a408610767e8af2f87e50fb3a



**Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ
ИНФОРМАТИКИ, УПРАВЛЕНИЯ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА В Г. МОСКВЕ»**

Рассмотрено
Ученым советом НОЧУ ВО МИИУЭП
Протокол заседания
№4 от 30 июня 2024г.
(в редакции №1 от 28 апреля 2025г., протокол №3)
(в редакции №2 от 16 февраля 2026г., протокол №3)



Утверждаю
Президент НОЧУ ВО МИИУЭП
/А.В. Хренков/
27 августа 2024г.
(в редакции №1 от 28 апреля 2025г.)
(в редакции №2 от 16 февраля 2026г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Связи с общественностью в органах власти

направление подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки:

«Государственная и муниципальная служба»

Б1.О.30

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения

очно-заочная

Москва

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ

2. Цель дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» - формирование у студентов целостного представления о теоретических подходах и взглядах на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления, формировании комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки и практической реализации информационных проектов в публичной сфере, овладение методиками определения эффективности усилий, направленных на гармонизацию отношений организации со своей общественностью; развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений.

Задачи дисциплины:

- теоретическое освоение студентами коммуникационных процессов управления;
- изучение отечественного и зарубежного опыта проведения деловых встреч и переговоров;
- развитие практических навыков ведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телефонных разговоров;
- понимание роли невербальных коммуникаций в процессе делового общения;
- изучение особенностей ведения переговоров и делового общения с иностранными партнерами в целях улучшения управленческих процессов.

В результате освоения ОПОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Группа компетенций	Категория компетенций	Коды и содержание компетенций
Универсальные		
Общепрофессиональные		ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности технологии управления государственными и муниципальными финансами, государственным и муниципальным имуществом, закупками для государственных и муниципальных нужд
		ОПК-7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

1.4 Компетенции и индикаторы их достижения, формируемых дисциплиной (модулем) в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Содержание индикатора компетенции
ОПК-6	ОПК-6.1	Знает способы управления финансами, имуществом и закупками в сфере государственного и муниципального управления

ОПК-6	ОПК-6.2	Умеет использовать в профессиональной деятельности технологии управления финансами, имуществом и закупками
ОПК-6	ОПК-6.3	Способен управлять финансами, имуществом и закупками в сфере государственного и муниципального управления, основываясь на имеющихся технологиях управления
ОПК-7	ОПК-7.1	Может организовать взаимодействие органов власти с стейкхолдерами, в частности с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества и СМИ
ОПК-7	ОПК-7.2	Умеет разрешать конфликтные ситуации, оперативно доносить полную, достоверную и оперативную информацию до заинтересованных лиц
ОПК-7	ОПК-7.3	Владеет навыками коммуникаций органов власти с физическими и юридическими лицами

2 Результаты обучения по дисциплине (модулю)

Код и наименование индикатора компетенции	Показатели (планируемые) результаты обучения
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности технологии управления государственными и муниципальными финансами, государственным и муниципальным имуществом, закупками для государственных и муниципальных нужд	<p>Знать: инновационные механизмы, технологии, инструменты государственного и муниципального управления для реализации государственной политики в соответствующей сфере профессиональной деятельности; основные инструменты финансового и денежно-кредитного регулирования, применяемые государством; принципы и методы анализа и оценки эффективности управления проектами и программами в государственном муниципальном управлении, прогнозирования социально-экономических последствий их реализации;</p> <p>Уметь: определять оптимальность использования того или иного инновационного механизма, технологии, инструмента государственного и муниципального управления для эффективной реализации государственной политики в соответствующей сфере профессиональной деятельности; разрабатывать комплекс мероприятий, направленных на финансовое и денежно-кредитное регулирование экономики;</p> <p>проводить анализ государственных и муниципальных программ и проектов.</p> <p>Владеть: навыками разработки инновационных механизмов, технологий, инструментов государственного и муниципального управления для реализации государственной политики в соответствующей сфере профессиональной деятельности; современными методами финансового и денежно-кредитного регулирования экономики; навыками оценки эффективности государственных и муниципаль-</p>

<p>ОПК-7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации</p>	<p>Знать: -Методы взаимодействия органов государственной власти с общественностью -Каналы внешних и внутренних коммуникаций органов государственной власти (собрания, сайт, внутренний портал, рассылки, мероприятия и т.д.)</p> <p>Уметь: -Оценивать информационные потребности граждан, организаций и учреждений, институтов гражданского общества и средств массовой информации; -Организовывать конструктивный диалог по актуальным проблемам общества</p> <p>Владеть: -внутриорганизационными и межведомственными коммуникациями, -обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации</p>
---	--

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

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

Вид учебной работы	Всего часов 7 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа, в том числе в электронной информационнообразовательной среде (всего):	26
Лекционные занятия	10
Практические занятия	16
Консультации	
Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том числе:	118
Форма промежуточной аттестации обучающегося – Зачет с оценкой	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

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

	Раздел	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа			СР
		Л	Иные	ПЗ	С	ЛР	
1.	1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации	1		2			14

2.	2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти	1		2				14
3.	3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти	1		2				14
4.	4. Конструирование имиджа государственной службы средствами	1		2				14
5.	5. Диагностика политической ситуации	1		2				14
6.	6. Процесс создания имиджа регионального политика	1		2				16
7.	7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти	2		2				16
8.	8. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением	2		2				16
	Зачет с оценкой							
	ИТОГО 144 часов	10		16				118

Формы текущего контроля – Посещение занятий, конспект лекций, активное участие в практических занятиях, деловых играх и т.д.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Тема 1. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации

Лекционные занятия 1.

Система органов государственной власти в современной России. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях. Специфика медиарелейшнз в сфере политики и государственного управления.

Внутрикорпоративный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении.

Практические занятия 2.

Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.

Тема 2. Цели и функции связей с общественностью в органах государственной власти

Лекционные занятия 1.

Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях. Информационный процесс как многоуровневая система. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях.

Практические занятия 2.

Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами. Основные информационные модели. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления. Власть - население: формы работы, обратная связь.

Тема 3. Технологии и методы продвижения имиджа государственной власти

Лекционные занятия 1.

Понятие «имидж государственной власти». Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.

Практические занятия 2.

Алгоритм формирования имиджа государственной власти. Технологии формирования имиджа власти. Имиджевые стратегии. РИ-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.

Тема 4. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR

Лекционные занятия 1.

Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта. Организация специальных мероприятий.

Практические занятия 2.

Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников. Разработка портрета «современного чиновника». Лоббизм и лоббирование.

Тема 5. Диагностика политической ситуации

Лекционные занятия 1.

Роль консультационных РИ-агентств и пресс-служб в смягчении социально- политических конфликтов. Понятие «диагностика». Консультационные РИ-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования. Специфика проведения диагностики политической ситуации. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности. Источники информации о политическом объекте.

Практические занятия 2.

Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти. Медиа- стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально-политических конфликтов. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.

Тема 6. Процесс создания имиджа регионального политика

Лекционные занятия 1.

Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических кампаниях.

Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации. Основные принципы взаимодействия политических акторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами). Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.

Практические занятия 2.

Понятие «политическая партия». Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей. Виды общественно-политических организаций. Связи с общественностью в некоммерческом секторе. Организация и проведение фандрейзинговой кампании. Фандрейзинг и спонсоринг как технологии работы с общественностью в некоммерческих организациях.

Тема 7. Аспекты работы служб по связям с общественностью в органах власти

Практические занятия 1.

Система органов государственной власти РФ. Место и роль информационноаналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь.

Роль РЯ-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров. Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания. Диагностика социально-политических процессов. Стратегическое планирование информационной деятельности. Методология и методика проведения мониторинга. Информационно-аналитическое обеспечение процесса государственного управления пресс-службами. Информационное обеспечение политико-управленческого решения. Методы и модели подготовки политических и управленческих решений.

Тема 8. Информационная работа по взаимодействию между органами власти и населением

Практические занятия 1.

Коммуникативная политика государственных учреждений и властных структур с общественно-политическими организациями. Традиционные виды информационной работы: пресс-релизы, медиа-акции, «утечка информации», политическая и социальная реклама, заказные статьи. Формирование позитивного и/или негативного имиджа. Моделирование информационного контекста. Политический маркетинг. Основные понятия и категории политического маркетинга. РЯ в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. Использование политических коммуникаций: персональных, электоральных, партийных для взаимодействия с общественно-политическими организациями. Формирование общественной повестки дня. Акцент на повседневных проблемах населения, форс-мажорные обстоятельства, социальные катаклизмы.

5 ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1 Виды и организация самостоятельной работы обучающихся

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся отражено в п. 7 рабочей программы дисциплины «Связи с общественностью в органах власти».

5.3. Вопросы для самостоятельной работы обучающихся

1. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): специфика, значение и основные понятия, функции и роль в современном обществе.
2. История становления РЯ как области знаний и сферы деятельности.

3. Характеристика моделей связей с общественностью: модель властвования и подчинения, переходная модель, управленческая модель.
4. Цели коммерческого и государственного РЯ. Функции РЯ.
5. Государственные РЯ (СЯ) как объект изучения.
6. Характеристика коммуникационных проблем в работе менеджера по связям с общественностью (на основе коммуникационной цепочки Лассуэла Г.)
7. Лидеры мнений и их роль в коммуникационном процессе и в формировании общественного мнения. Теория двухшагового потока (двухступенчатая схема коммуникации) Лазарсфельда и Катца.
8. Виды коммуникационных каналов и их эволюция.
9. Коммуникационные барьеры (прагматические шумы): специфика, классификация и способы нейтрализации.
10. Вербальные коммуникации в PR: правила составления текстовых материалов.
11. Правила и этапы подготовки публичных выступлений.
12. Невербальные коммуникации в PR: их специфика и роль
13. PR-службы в крупных государственных структурах.
14. Работа отделов по связям с общественностью в местных органах власти: задачи, специфика и основные направления деятельности.
15. Работа GR-департаментов в крупных корпорациях.
16. Виды и формы агитационной работы.
17. Принципы и правила организации информационно-разъяснительной работы среди населения с использованием приемов и методов PR. Методы установления прямой и обратной связи с населением.
18. Государственные услуги населению: проблема качества и эффективности (по Федеральному закону «О предоставлении государственных и муниципальных услуг», 2010 г.).
19. Процесс управления СМИ и информацией: характеристика основных этапов.
20. Характеристика материалов PR для прессы: пресс-релиз, бэкграундер, медиа-кит, факт-лист.
21. Материалы PR для прессы: форма «вопрос-ответ», обзорная статья, авторская статья, занимательная статья, кейс-история.
22. Правила составления и оформления пресс-релиза.
23. Пресс-центр в органах власти: основные функции и специфика деятельности.
24. Организация и проведение аккредитации журналистов.
25. Организация и проведение пресс-конференций и брифингов.
26. Правила проведения круглых столов.
27. Мониторинг СМИ. Виды мониторинга СМИ. Медиа-карта.
28. Лоббирование: специфика деятельности и функции в современном обществе.
29. Виды лоббизма и их характеристика.
30. Набор действий и методы работы в сфере лоббирования.
31. Зарубежный опыт правового регулирования лоббизма
32. Отечественная практика правового регулирования лоббизма.
33. Формирование групп интересов.
34. Общие характеристики политического имиджа.
35. Требования к политическому имиджу: черты победителя, черты «отца», стереотипная многоплановость, открытость, эффективные коммуникации, окружение политика.
36. Технологии формирования политического имиджа: формирование имиджа с опорой на идеальный образ политического лидера и сценарный подход.
37. Формирование имиджа политической партии.
38. Электронное правительство: зарубежный опыт.
39. Требования к предоставлению государственных и муниципальных услуг в электронном виде.
40. Спин-доктор в политической сфере.
41. Политические коммуникации кандидата с населением.

42. Теории коммуникации, используемые специалистами по связям с общественностью: теория использования и удовлетворения, теория структурирования, теория когнитивного диссонанса, теория распространения и усвоения Роджерса, теория "спираль умолчания" Э. Ноэль-Нойман.
43. Общая характеристика имиджа органа государственной власти.
44. Коммуникативные стратегии и тактики формирования положительного имиджа
- ОГВ.
45. Общественное мнение: определение понятия, специфика, роль в современном обществе

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Примерный перечень вопросов к зачету с оценкой

1. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.
2. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.
3. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях.
4. Специфика медиарилейшнз в сфере политики и государственного управления.
5. Внутрикorporативный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении.
6. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления.
7. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
8. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире.
9. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
10. Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях.
11. Информационный процесс как многоуровневая система.
12. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
13. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях.
14. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами.
15. Основные информационные модели.
16. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности.
17. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
18. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.
19. Власть – население: формы работы, обратная связь.
20. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
21. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.
22. Алгоритм формирования имиджа государственной власти.
23. Технологии формирования имиджа власти.
24. Имиджевые стратегии.
25. PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти.
26. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.
27. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы.
28. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст.
29. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
30. Организация специальных мероприятий.
31. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников.
32. Лоббизм и лоббирование.
33. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социальнополитических конфликтов.
34. Понятие «диагностика». Консультационные PR-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования.
35. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности.
36. Источники информации о политическом объекте.

37. Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта.
38. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления.
39. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
40. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социальнополитических конфликтов.
41. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.
42. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.
43. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях.
44. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.
45. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.
46. Основные принципы взаимодействия политических акторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами).
47. Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.
48. Понятие «политическая партия». Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий.
49. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря.
50. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя.
51. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации.
52. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей.
53. Виды общественно-политических организаций.
54. Система органов государственной власти РФ. Место и роль информационноаналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений.
55. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь.
56. Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров.
57. Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания.
58. Диагностика социально-политических процессов.
59. Стратегическое планирование информационной деятельности.

*Типовые контрольные задания или иные материалы
на этапе текущего контроля*

**Посещение и работа на лекционных и практических занятиях
(собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)**

При преподавании дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:

- проблемные лекции;
- лекция-беседа;
- лекции с разбором практических ситуаций.

Практические занятия по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.

Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:

- 1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на

практические занятия;

2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения, круглый стол);

3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине.

На практических занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа.

Письменное задание

Формируемые компетенции ОПК-6, ОПК-7

Цели и задачи реферата.

Целью работы является обобщение и систематизация теоретического материала в рамках исследуемой проблемы.

В процессе выполнения работы решаются следующие задачи:

1. Формирование информационной базы:

- анализ точек зрения зарубежных и отечественных специалистов в области дисциплины;
- конспектирование и реферирование первоисточников в качестве базы для сравнения, противопоставления, обобщения;
- анализ и обоснование степени изученности исследуемой проблемы;
- подготовка библиографического списка исследования.

2. Формулировка актуальности темы:

- отражение степени важности исследуемой проблемы в современной теории и практике;
- выявление соответствия задачам теории и практики, решаемым в настоящее время;
- определение места выбранной для исследования проблемы в дисциплине.

3. Формулировка цели и задач работы:

- изложение того, какой конечный результат предполагается получить при проведении теоретического исследования;
- четкая формулировка цели и разделение процесса ее достижения на этапы;
- выявление особенностей решения задач (задачи - это те действия, которые необходимо предпринять для достижения поставленной в работе цели).

В результате написания реферата обучающийся изучает и анализирует информационную базу с целью установления теоретических зависимостей, формулирует понятийный аппарат, определяет актуальность, цель и задачи работы.

Обязательными составляющими элементами реферата являются:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основное содержание, разделенное на разделы (параграфы, пункты, подпункты), расположенные и поименованные согласно плану; в них аргументировано и логично раскрывается избранная тема в соответствии с поставленной целью; обзор литературы; описание применяемых методов, инструментов, методик, процедур в рамках темы исследования; анализ примеров российского и зарубежного опыта, отражающих тему исследования и т.д..
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Приложение 2.

Практическое задание

Формируемые компетенции ОПК-6, ОПК-7

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами кейса являются:

- титульный лист;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения

Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

6.3.2. Типовые контрольные задания или иные материалы на этапе промежуточной аттестации

Формируемые компетенции ОПК-6, ОПК-7

Типовыми контрольными заданиями являются тесты. Приложение 4.

Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине. «Связи с общественностью в органах власти»:

1. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.
2. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.
3. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях.
4. Специфика медиарелейшнз в сфере политики и государственного управления.
5. Внутрикorporативный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении.
6. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления.
7. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
8. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире.
9. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
10. Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях.
11. Информационный процесс как многоуровневая система.
12. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
13. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях.
14. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами.
15. Основные информационные модели.
16. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности.

17. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
18. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.
19. Власть – население: формы работы, обратная связь.
20. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти: исполнительной, законодательной и судебной.
21. Отбор и дифференциация составляющих имиджа, разработка его характеристик.
22. Алгоритм формирования имиджа государственной власти.
23. Технологии формирования имиджа власти.
24. Имиджевые стратегии.
25. PR-технологии политических оппонентов и мероприятия по восстановлению имиджа государственной власти.
26. Современные технологии и методы продвижения имиджа государственной власти.
27. Структура, особенности функционирования и основные направления деятельности государственной службы.
28. Медиа-стратегии по формированию позитивного, негативного или нейтрального имиджа государственной службы.
29. Приемы вписывания сообщений о деятельности госслужбы в новостной контекст.
30. Информационное сотрудничество государственных служащих с журналистами СМИ в рамках совместного социального проекта.
31. Организация специальных мероприятий.
32. Проведение опросов или исследований различных групп общественности и чиновников.
33. Лоббизм и лоббирование.
34. Роль консультационных PR-агентств и пресс-служб в смягчении социальнополитических конфликтов.
35. Понятие «диагностика». Консультационные PR-агентства, их типология, структура, функции и формы деятельности. Виды политического консультирования.
36. Методика измерения состояния политической ситуации и напряженности.
37. Источники информации о политическом объекте.
38. Социологическое изучение консультантом состояния напряженности и политического конфликта.
39. Консультационные услуги в системе антикризисного политического управления.
40. Виды пресс-служб, структура и функции в системе органов государственной власти.
41. Медиа-стратегии пресс-служб при разрешении или смягчении социально- политических конфликтов.
42. Опрос общественного мнения о принимаемых государственных решениях.
43. Конструирование средствами СМИ имиджа политической власти и государственной службы.
44. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических компаниях.
45. Политические коммуникации и политическая реклама в прессе, на телевидении и в Интернете.
46. Факторы, формирующие политический выбор электората в процессе использования формальных и неформальных каналов политической коммуникации.
47. Основные принципы взаимодействия политических акторов (политических лидеров, руководителей пресс-служб, администрации) с представителями СМИ (редакторами, журналистами, комментаторами).
48. Приемы и способы управления политической коммуникации с целью формирования политической идентичности.
49. Понятие «политическая партия». Классификация целевых групп общественности, с которыми взаимодействуют политические партии. Особенности работы с аудиторией и СМИ правящих и оппозиционных партий.
50. Направления деятельности пресс-службы партии. Особая роль пресс-секретаря.
51. Формирование имиджа политического лидера и партийного руководителя.

52. Организация информационной политической кампании и этапы ее реализации.
53. Соответствие имиджа партии предпочтениям избирателей.
54. Виды общественно-политических организаций.
55. Система органов государственной власти РФ. Место и роль информационноаналитических отделов в органах государственной власти и управления на общенациональном и региональном уровнях властных отношений.
56. Понятие социальных, политических, информационных процессов, их взаимосвязь.
57. Роль PR-специалиста в формировании информационных потоков и создании позитивного имиджа власти, государственной службы и политических лидеров.
58. Борьба со слухами. Связь имиджа власти со стереотипами массового сознания.
59. Диагностика социально-политических процессов.
60. Стратегическое планирование информационной деятельности.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Зачёт с оценкой

Количество баллов	Оценка
5	отлично
4	хорошо
3	удовлетворительно
2	неудовлетворительно

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Украинцев, В. Б. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / В. Б. Украинцев, И. Ю. Лепетикова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2023. – 318 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711263> (дата обращения: 27.11.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7972-3080-9. – Текст : электронный.

2. Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 163 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134> (дата обращения: 27.11.2024). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

3. Кургаева, Ж. Ю. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / Ж. Ю. Кургаева ; Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2022. – 112 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701993> (дата обращения: 27.11.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-3185-3. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Суворова Н. Н. Языковые и структурные особенности текста в рекламе: практикум для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью» [Электронный ресурс]:практикум. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 80 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460213>

2. Местное самоуправление и муниципальное управление : учебник / А. П. Горбунов, В. И. Гончаров, И. Ф. Головченко [и др.] ; ред. А. С. Прудников, М. С. Трофимов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 544 с. : табл., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684947>

3. Лукаш А. В., Чарикова Т. В. Рабочая тетрадь для студентов по курсу «Связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности» [Электронный ресурс]:рабочая тетрадь. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019. - 97 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500387>

4. Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 163 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134>

5. Кашаева, Е. Ю. Теория и практика спичрайтинга: учебник для бакалавров : [16+] / Е. Ю. Кашаева, Л. Г. Павлова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационные ресурсы образовательной организации:

1. <http://www.duma.gov.ru> - Сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ.
2. <http://президент.рф> - Сайт Президента Российской Федерации.
3. <http://www.supcourt.ru> - Сайт Верховного Суда РФ.
4. <http://www.ksrf.ru> - Сайт Конституционного Суда Российской Федерации.
5. <http://www.gov.ru> - Федеральные органы власти.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» следует:

1. Ознакомиться с рабочей программой дисциплины. Рабочая программа содержит перечень разделов и тем, которые необходимо изучить, планы лекционных и семинарских занятий, вопросы к текущей и промежуточной аттестации, перечень основной, дополнительной литературы и ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интер-нет» и т.д.
2. Ознакомиться с календарно-тематическим планом самостоятельной работы обучающихся.

3. Посещать теоретические (лекционные) и практические (семинарские) занятия, лабораторные работы.

4. При подготовке к практическим (семинарским) занятиям, а также при выполнении самостоятельной работы следует использовать методические указания для обучающихся.

Учебный план курса «Связи с общественностью в органах власти» предполагает в основе изучения дисциплины использовать лекционный материал и основные источники литературы, а в дополнение – практические занятия.

Кроме традиционных лекций и практических занятий (перечень и объем которых указаны) целесообразно в процессе обучения использовать и активные формы обучения.

Примерный перечень активных форм обучения:

- 1) беседы и дискуссии;
- 2) кейсы и практические ситуации;
- 3) индивидуальные творческие задания;
- 4) творческие задания в группах;
- 5) практические работы.

На лекциях студенты должны получить систематизированный материал по теме занятия: основные понятия и положения, классификации изучаемых явлений и процессов, алгоритмы и методики организации дисциплины и т.д.

Практические занятия предполагают более детальную проработку темы по каждой изучаемой проблеме, анализ теоретических и практических аспектов дисциплины. Для этого разработаны подробные вопросы, обсуждаемые на семинарских занятиях, практические задания, темы рефератов и тесты. При подготовке к семинарским занятиям следует акцентировать внимание на значительную часть самостоятельной практической работы студентов.

Для более успешного изучения курса преподавателю следует постоянно отсылать студентов к учебникам, периодической печати. Освоение всех разделов курса предполагает приобретение студентами навыков самостоятельного анализа инструментов и механизмов дисциплины, умение работать с научной литературой.

Основная учебная литература, представленная учебниками и учебными пособиями, охватывает все разделы программы по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти». Она изу-

чается студентами в процессе подготовки к практическим занятиям, экзамену. Дополнительная учебная литература рекомендуется для самостоятельной работы по подготовке к семинарским и практическим занятиям, при написании рефератов.

При изучении курса наряду с овладением студентами теоретическими положениями курса уделяется внимание приобретению практических навыков с тем, чтобы они смогли успешно применять их в своей профессиональной деятельности.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Современные профессиональные базы данных:

1. Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
2. Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://pravo.gov.ru/>.

Информационные справочные системы:

1. Министерство просвещения Российской Федерации. Банк документов. – URL: <https://docs.edu.gov.ru/#activity=106>.
2. <https://slovaronline.com> - справочная поисковая система по всем доступным словарям, энциклопедиям и переводчикам в режиме Онлайн.

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система Microsoft Windows 10;
2. Пакет программ Microsoft Office Professional Plus;
3. 7-zip - архиватор;
4. Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/oprogramue/>;
5. Интернет-браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно).
6. Антивирусная программа Dr.Web.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Изучение дисциплины обеспечивается в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта. Материально-техническое обеспечение необходимое для реализации дисциплины включает:

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, предусмотренных программой бакалавриата, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Основное оборудование: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя.

Технические средства обучения: ноутбук; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института.