

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«БРАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Базовая кафедра экономики и менеджмента**

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ Е.И. Луковникова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ**

**Б1.В.06**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**38.03.02 Менеджмент**

**ПРОФИЛЬ ПОДГОТОВКИ**

**Государственное и муниципальное управление**

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

<b>СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ</b>	<b>Стр.</b>
<b>1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>	3
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>	4
<b>3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ДИСЦИПЛИНЫ</b>	4
3.1 Распределение объёма дисциплины по формам обучения.....	4
3.2 Распределение объёма дисциплины по видам учебных занятий и трудоемкости .....	4
<b>4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	5
4.1 Распределение разделов дисциплины по видам учебных занятий .....	5
4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам .....	5
4.3 Лабораторные работы.....	7
4.4 Практические занятия.....	7
4.5 Контрольные мероприятия: курсовой проект (курсовая работа), контрольная работа, РГР, реферат .....	7
<b>5. МАТРИЦА СООТНЕСЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ К ФОРМИРУЕМЫМ В НИХ КОМПЕТЕНЦИЯМ И ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	8
<b>6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....</b>	9
<b>7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	9
<b>8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО – ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	10
<b>9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	11
9.1. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ	11
<b>10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	20
<b>11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	20
<b>Приложение 1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....</b>	21
<b>Приложение 2. Аннотация рабочей программы дисциплины .....</b>	28
<b>Приложение 3. Протокол о дополнениях и изменениях в рабочей программе .....</b>	29

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

## Вид деятельности выпускника

Дисциплина охватывает круг вопросов, относящихся к информационно-аналитическому виду профессиональной деятельности выпускника в соответствии с компетенциями и видами деятельности, указанными в учебном плане.

## Цель дисциплины

Цель дисциплины заключается в освоении обучающимися теоретических и практических основ управления общественными отношениями в государственном и муниципальном управлении, а также коммуникаций по связям с общественностью в различных сферах деятельности.

## Задачи дисциплины

Задачей изучения дисциплины является формирование знаний по основам управления общественными отношениями, определение значения связей с общественностью и PR- коммуникаций в планировании и реализации проектов, направленных на развитие организации.

Код компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
ОК-4	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные понятия, категории и инструменты деятельности по связям с общественностью, в т. ч. теоретические основы коммуникаций для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать методический инструментарий управления общественными отношениями и планирования коммуникаций;</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками организации коммуникаций для решения задач межкультурного взаимодействия.</li> </ul>
ОПК-4	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы делового общения и публичных выступлений, их значение в управлении общественными отношениями;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– вести переговоры и поддерживать различные формы коммуникаций, в том числе и электронные, с целью формирования связей с общественностью;</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками организации коммуникационных программ и PR-мероприятий.</li> </ul>
ПК-12	умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные методы и инструменты управления общественными отношениями и PR- коммуникаций;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– организовывать и поддерживать связи с общественностью в рамках расширения внешних и связей и проектов организации;</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками управления и поддержки связей с общественностью при реализации проектов, направленных на развитие организации.</li> </ul>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.06 «Управление общественными отношениями» относится к вариативной части.

Дисциплина «Управление общественными отношениями» базируется на знаниях, полученных при изучении таких учебных дисциплин, как «Теория менеджмента», «Информационные технологии в менеджменте», «Управление человеческими ресурсами», «Основы государственного и муниципального управления», «Система государственного управления».

Основываясь на изучении перечисленных дисциплин, «Управление общественными отношениями» представляет основу для прохождения производственной (преддипломной) практики и подготовки к государственной итоговой аттестации. Такое системное междисциплинарное изучение направлено на достижение требуемого ФГОС уровня подготовки по квалификации бакалавр

## 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Распределение объема дисциплины по формам обучения

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах						Курсовая работа (проект), контрольная работа, реферат, РГР	Вид промежуточной аттестации
			Всего часов	Аудиторных часов	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Очная	4	7, 8	216	58	29	–	29	131	–	зачет, экзамен
Заочная	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Заочная (ускоренное обучение)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Очно-заочная	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–

### 3.2. Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий и трудоемкости

Вид учебных занятий	Трудоемкость (час.)	в т.ч. в интерактивной, активной, инновационной формах, (час.)	Распределение по семестрам, час	
			7	8
1	2	3	4	5
<b>I. Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)</b>	58	20	34	24
Лекции (Лк)	29	10	17	12
Практические занятия (ПЗ)	29	10	17	12
Групповые (индивидуальные) консультации	+	-	+	+
<b>II. Самостоятельная работа обучающихся (СР)</b>	131	-	56	75
Подготовка к практическим занятиям	31	-	16	15
Подготовка к зачету	40	-	40	-
Подготовка к экзамену в течение семестра	60	-	-	60
<b>III. Промежуточная аттестация</b>	зачет	+	+	-
	экзамен	27	-	27
Общая трудоемкость дисциплины .....	час.	216	90	126
	зач. ед.	6	2,5	3,5

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1. Распределение разделов дисциплины по видам учебных занятий

- для очной формы обучения:

№ раз дела	Наименование раздела дисциплины	Трудо- ем- кость, (час.)	Виды учебных занятий, вклю- чая самостоятельную работу обучающихся и трудоем- кость; (час.)		
			учебные занятия		самостоя- тельная ра- бота обу- чающихся
			лекции	практи- ческие занятия	
1	2	3	4	5	6
1.	Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.	63	10	10	43
2.	Связи с общественностью в органах государственного управления. Общественные отношения в политике.	64	10	10	44
3.	Общественные отношения в бизнесе.	62	9	9	44
	<b>ИТОГО</b>	<b>189</b>	<b>29</b>	<b>29</b>	<b>131</b>

##### 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекционных занятий	Вид занятия в ин- терактивной, активной, инно- вационной фор- мах, (час.)
1	2	3	4
1.	Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.		
1.1.	Связи с общественностью (PR): основные направления деятельности.	Цели и задачи управления общественными отношениями как научной дисциплины. Общественная роль, функции и цели связей с общественностью (PR). Основные понятия в сфере общественных отношений. Виды общественного мнения. Типы отношений «Власть- общественное мнение», критерии, гарантии. Связи с общественно-	Лекция – презентация (4 часа)

		стью (PR). Основные направления деятельности. Определение и понятие сферы связей с общественностью (PR). Модели PR - деятельности. Функции и задачи PR -специалистов. Этапы становления и тенденции развития PR.	
1.2.	PR-работа в кризисных ситуациях. Формы взаимодействия органов власти со СМИ	PR-работа в кризисных ситуациях. План кризисного управления. Действия PR -служб в кризисных ситуациях. Сущность и функции СМИ. Виды СМИ. Информационные материалы PR. Формы взаимодействия органов власти со СМИ.	–
<b>2.</b>	<b>Связи с общественностью в органах государственного управления. Общественные отношения в политике.</b>		–
2.1.	Основные направления PR - деятельности в органах государственной власти	PR -деятельность в органах государственной власти: задачи и специфика. PR в силовых структурах и спецслужбах. PR в органах местного самоуправления. Отношения с общественными организациями и политическими партиями.	Лекция беседа (2 часа)
2.2.	Особенности управления общественными отношениями в политике.	PR -службы как элемент политической системы общества. Коммуникации PR в избирательных кампаниях. Особенности предвыборных PR - технологий. Оценка эффективности избирательных кампаний	–
<b>3.</b>	<b>Общественные отношения в бизнесе.</b>		
3.1.	Специфика управления общественными отношениями в сфере бизнеса.	Специфика и задачи управления общественными отношениями в бизнесе. PR -коммуникации в бизнесе: связи с общественностью как форма маркетинговых коммуникаций. Основные понятия в рамках коммуникационных стратегий в сфере бизнеса. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Специфика и задачи PR -служб в бизнесе. Внутренние PR-коммуникации как основа развития бизнеса. Формирование имиджа организации. Мастер-план имиджа. Элементы фирменного стиля и	Лекция – презентация (4 часа)

		их значение в связях с общественностью. Спонсорство и благотворительность как направление PR-деятельности. Лоббирование в системе связей с общественностью.	
3.2.	Законодательное и нормативно-правовое регулирование связей с общественностью	Организационно- правовое обеспечение деятельности ПР-служб в РФ. Информационная политика. Защита информации и ПР (правовые основы).	–

### 4.3. Лабораторные работы

Учебным планом не предусмотрено.

### 4.4. Практические занятия

<i>№ п/п</i>	<i>Номер раздела дисциплины</i>	<i>Наименование тем практических занятий</i>	<i>Объем (час.)</i>	<i>Вид занятия в интерактивной, активной, инновационной формах, (час.)</i>
1	1.	Основные понятия в сфере общественных отношений. Определение и понятие сферы связей с общественностью (PR). Модели PR - деятельности.	5	Творческое задание (4 часа)
2	1.	Сущность и функции СМИ. Виды СМИ. Формы взаимодействия органов власти со СМИ.	5	–
3	2.	PR -деятельность в органах государственной власти: задачи и специфика. PR в органах местного самоуправления.	5	–
4	2.	Отношения с общественными организациями и политическими партиями. PR -службы как элемент политической системы общества. Коммуникации PR в избирательных кампаниях.	5	–
5	3.	Специфика и задачи управления общественными отношениями в бизнесе.	9	Тренинг в малой группе ( 6 часов)
<b>ИТОГО</b>			<b>29</b>	<b>10</b>

### 4.5. Контрольные мероприятия: курсовой проект (курсовая работа), контрольная работа, РГР, реферат

Учебным планом не предусмотрено.

**5. МАТРИЦА СООТНЕСЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ К ФОРМИРУЕМЫМ В НИХ КОМПЕТЕНЦИЯМ И ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

<i>№, наименование разделов дисциплины</i>	<i>Компетенции</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Компетенции</i>			<i>Σ комп.</i>	<i>t<sub>ср</sub>, час</i>	<i>Вид учебных занятий</i>	<i>Оценка результатов</i>
			<i>ОК</i>	<i>ОПК</i>	<i>ПК</i>				
			<i>4</i>	<i>4</i>	<i>12</i>				
<b>1</b>		<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
<b>1.</b> Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.		<b>63</b>	+	+	+	3	21	Лк, ПЗ, СР	Зачет, экзамен
<b>2.</b> Связи с общественностью в органах государственного управления. Общественные отношения в политике.		<b>64</b>	+	+	+	3	21,3	Лк, ПЗ, СР	экзамен
<b>3.</b> Общественные отношения в бизнесе.		<b>62</b>	+	+	+	3	20,7	Лк, ПЗ, СР	экзамен
<i>всего часов</i>		<b>189</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>3</b>	<b>63</b>		



## 6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО - МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Дубровина, М. А. Управление общественными отношениями : методические указания к практическим занятиям / М. А. Дубровина. - Братск : БрГУ, 2019. - 24 с.

6.2. Дубровина, М.А. Связь с общественностью (Паблик Рилейшнз): методические указания / М. А. Дубровина. - Братск: БрГУ, 2010. - 28 с.

6.3. Морозова, Н. П. Социология управления: учебное пособие / Н. П. Морозова, О. В. Федосеева. - Братск: БрГУ, 2012. - 128 с.

6.5. Шитухина, Н.А. Управление общественными отношениями: учеб.пособие/Н. А. Шитухина. - Братск : БрГУ, 2012. – 158с.

6.6. Оформление пояснительной записки учебной работы : стандарты Системы менеджмента качества ГОУ ВПО «БрГУ». СМК СТП 1.4-01-2005 / Т. Н. Радина, А. А. Сапожников. - Братск : БрГУ, 2005. –14 с.

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

№ п/п	Наименование издания	Вид занятия	Количество экземпляров в библиотеке, шт.	Обеспеченность, (экз./ чел.)
1	2	3	4	5
<b>Основная литература</b>				
1.	Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества: учебное пособие/ О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов: Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5; То же [Электронный ресурс].- URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=445035">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=445035</a>	Лк, ПЗ, СР	ЭР	1,0
2	Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228940">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228940</a>	Лк, ПЗ, СР	ЭР	1,0
3	Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями : учебное пособие / под ред. Л.С. Сальниковой ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 445 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9406-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=480378">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=480378</a>	Лк, ПЗ, СР	ЭР	1,0
<b>Дополнительная литература</b>				
4.	Алехин, Э.В. Управление общественными отношениями: Учебник.- Пенза. Изд-во ПГУ, 2012.- 198 с.- URL: <a href="http://window.edu.ru/resource/857/78857/files/alekhinPR.pdf">http://window.edu.ru/resource/857/78857/files/alekhinPR.pdf</a>	Лк, ПЗ, СР	ЭР	1,0
5	Дубровина, М. А. Управление общественными отношениями : методические указания к практическим занятиям / М. А. Дубровина. - Братск : БрГУ, 2019. - 24 с. <a href="http://ecat.brstu.ru/catalog/">http://ecat.brstu.ru/catalog/</a> Учебные%20и%20учебно-методические%20пособия / Экономика%20и%20управление/Дубровина%20М.А.Управление%20общественными%20отношениями.МУкПЗ.2019.PDF	ПЗ, СР	ЭР	1,0

6.	Байнова, М.С. Основы социального управления: учебное пособие / М.С. Байнова, В.И. Катаева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 198 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9142-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=464119">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=464119</a>	Лк, ПЗ	ЭР	1,0
7.	Управление общественными отношениями: учебник для вузов / Под ред. В. С. Комаровского. - Москва: РАГС, 2005. - 400 с. -ISBN 577290146.	Лк, ПЗ, СР	16	0,5
8.	Кургаева, Ж.Ю. Управление общественными отношениями: учебно-методическое пособие / Ж.Ю. Кургаева ; Федеральное агентство по образованию, Государственное образовательное учреждение Высшего профессионального образования Казанский государственный технологический университет. - Казань: Издательство КНИТУ, 2009. - 156 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7882-0652-3; То же [Электронный ресурс]. -URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259012">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259012</a>	Лк, ПЗ, СР	ЭР	1,0
9.	Мамедова, Н.А. Управление общественными отношениями: учебно-методический комплекс / Н.А. Мамедова. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 91 с. - ISBN 978-5-374-00482-3; То же [Электронный ресурс].-URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90760">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90760</a>	Лк, ПЗ	ЭР	1,0
10	Татарина, Г.Н. Управление общественными отношениями: учебник для вузов / Г. Н. Татарина. - Санкт-Петербург: Питер, 2004. - 313 с. - (Учебное пособие). - ISBN 5469000990	Лк, ПЗ, СР	25	1,0
11.	Шитухина, Н.А. Управление общественными отношениями: учеб.пособие/Н. А. Шитухина. - Братск: БрГУ, 2012. – 158с.	Лк, ПЗ, СР	69	1,0
12.	Шайхисламов, Р.Б. Связи с общественностью: управление социокультурными коммуникациями: научное издание/ Р.Б. Шайхисламов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Уфимский государственный университет экономики и сервиса" (УГУЭС). - Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2013. -139 с.: табл., схем. - ISBN 978-5-88469-639-6; То же [Электронный ресурс].-URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=445141">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=445141</a>	Лк, ПЗ, СР	ЭР	1,0

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.Электронный каталог библиотеки БрГУ [http://irbis.brstu.ru/CGI/irbis64r\\_15/cgiirbis\\_64.exe?LNG=&C21COM=F&I21DBN=BOOK&P21DBN=BOOK&S21CNR=&Z21ID=](http://irbis.brstu.ru/CGI/irbis64r_15/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=F&I21DBN=BOOK&P21DBN=BOOK&S21CNR=&Z21ID=).
2. Электронная библиотека БрГУ <http://ecat.brstu.ru/catalog> .
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» <http://biblioclub.ru> .
4. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань» <http://e.lanbook.com> .
5. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru> .
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru> .
7. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) <https://uisrussia.msu.ru/> .
8. Национальная электронная библиотека НЭБ <http://xn--90ax2c.xn--p1ai/how-to-search/>.
9. СПС Консультант Плюс (Локальная сеть)

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности обучающихся
Лекции	Написание конспекта лекций: кратко, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов с помощью энциклопедий, словарей, справочников. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, либо практическом занятии.
Практические занятия	Работа с конспектом лекций, обобщение, систематизация, углубление и конкретизация полученных теоретических знаний, выработка способности и готовности их использования на практике. Развитие интеллектуальных умений, подготовка ответов к вопросам для самопроверки, работа с основной и дополнительной литературой, необходимой для освоения дисциплины, выполнение заданий, активное участие в интерактивной, активной, инновационной формах обучения, составление письменных отчетов.
Самостоятельная работа обучающихся	<i>Подготовка к практическим занятиям.</i> Проработка основной и дополнительной литературы, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в теме/разделе. Конспектирование прочитанных литературных источников. Проработка материалов по изучаемому вопросу, с использованием рекомендуемых ресурсов сети «Интернет». Выполнение заданий преподавателя, необходимых для подготовки к участию в интерактивной, активной, инновационных формах обучения по изучаемой теме. <i>Подготовка к зачету, экзамену.</i> При подготовке необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, использовать рекомендуемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

### 9.1. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ

#### Практическое занятие №1

Тема: « Основные понятия в сфере общественных отношений. Определение и понятие сферы связей с общественностью (PR). Модели PR - деятельности»

Цель работы: развитие у обучающихся профессиональных компетенций в процессе организации деятельности по связям с общественностью, а также формирования моделей PR-деятельности и коммуникаций.

Задание:

1. Изучить основные понятия в сфере управления общественными отношениями.
2. Выделить значение связей с общественностью (PR) в рамках государственного и муниципального управления.
3. Изучить виды и направления PR- деятельности и коммуникаций.
4. Разработать компьютерную презентацию с использованием программы Power Point (8-10 слайдов) с учетом изученного материала по вопросам организационно-методических основ подготовки и реализации коммуникаций в рамках связей с общественностью.

Порядок выполнения:

1. На основании конспекта лекций, рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы дать характеристику понятиям «связи с общественностью (PR)», «общественное мнение»; «пропаганда», «паблисити», «PR - коммуникации», «PR - деятельность», «модель PR - деятельности». Обучающиеся отвечают на данные вопросы в

устной форме, участвуют в обсуждении и дополняют ответы. Собранный материал оформляется в виде компьютерной презентации.

2. На основании конспекта лекций, рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы обучающийся изучает виды общественного мнения, типы отношений «власть-общественное мнение», критерии и гарантии общественного взаимодействия. Формируются соответствующие выводы в рамках изучаемой темы практического занятия.

3. На основании конспекта лекций, рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы собирается теоретический материал, характеризующий основные цели и задачи, виды, направления деятельности по связям с общественностью, выделяет функции PR- специалистов. Обучающиеся участвуют в обсуждении, дополняют ответы и формируют материал для компьютерной презентации.

4. В рамках интерактивной формы занятия выполняется творческое задание: на основании рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы, а также с целью получения практических навыков оформляется компьютерная презентация из 8-10 слайдов, отражающих вопросы, изученные по теме данного практического занятия. Обучающиеся могут работать командами, представляют итоговый вариант презентации для совместного обсуждения.

Форма проведения занятия: интерактивное занятие, творческое задание

Форма отчетности:

Компьютерная презентация и ее устное обсуждение.

Задания для самостоятельной работы:

1. Выберите наиболее правильный ответ:

*Основные модели практической деятельности связей с общественностью*

a) Модель общественной информации

b) Модель Ф.Котлера

c) Двухсторонняя симметричная модель и асимметричная модель

d) Модель общественного равновесия

e) Модель Лазарсфельда

2. Верно ли утверждение?

*Патерналистский тип отношений «власть- общественное мнение» характерен для тоталитарных и авторитарных режимов, где органы власти подавляют или подчиняют себе почти целиком общественное мнение. Никакого другого мнения нет и быть не может*

3. Выполните практическое задание:

*Заполните недостающие элементы таблицы 1, учитывая характеристики четырех моделей Модели PR - деятельности*

*Таблица 1. Модели PR - деятельности*

<b>Модель</b>	<b>Цель</b>	<b>Характер коммуникации</b>	<b>Где практикуется в настоящее время</b>
1.«Манипулирование», Пропаганда, паблисити	?	Односторонняя, правдивость и объективность не обязательны.	Спорт, театр, промоушн
2.Информирование общества	Распространение правдивой информации	?	Правительство, некоммерческие объединения
3. Двусторонняя асимметричная коммуникация	?	Двусторонняя «прагматическая»	?
?	Взаимопонимание	?	Регулируемый бизнес, агентства

### Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к практическому занятию:

Проработка основной и дополнительной литературы, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в данной теме. Проработка материалов по изучаемому вопросу с использованием рекомендуемых ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Подготовка к участию в занятии в интерактивной форме «Компьютерная презентация», направленном на обсуждение особенностей применения полученных знаний о методических основах управления общественными отношениями.

### Рекомендуемые источники:

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» <http://biblioclub.ru>.
2. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) <https://uisrussia.msu.ru/>.
3. Национальная электронная библиотека НЭБ <http://xn--90ax2c.xn--p1ai/how-to-search/>.

Основная литература: № 1-3 согласно таблице раздела 7.

Дополнительная литература: № 4-12 согласно таблице раздела 7.

### Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Что входит в сущностную основу таких понятий как «общественное мнение», «связи с общественностью (PR)», «PR-коммуникации»?
2. Что относится к понятию «объект PR-деятельности»? Перечислите категории общественных групп.
3. В чем заключается процесс социализации?
4. Каковы механизмы взаимодействия субъектов и объектов PR-деятельности? Существуют ли различия в понимании коммуникаций?
5. Какие модели PR-деятельности можно выделить?
6. Какая модель направлена на создание пропаганды?
7. Каковы основные функции деятельности PR-специалистов?

### **Практическое занятие №2**

Тема: « Сущность и функции СМИ. Виды СМИ. Формы взаимодействия органов власти со СМИ»

Цель работы: углубление и закрепление знаний о способах организации взаимодействия работы органов власти со средствами массовой информации (СМИ).

### Задание:

1. Изучить основные виды СМИ и выделить их значение в управлении общественными отношениями
2. Выделить отличительные черты и функции средств массовой информации в PR-коммуникациях.
3. В рамках практических навыков организации взаимодействия работы со средствами массовой информации (СМИ) в различных сферах выполнить практическое задание.

### Порядок выполнения:

1. На основании конспекта лекций, рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы дать характеристику видам средств массовых коммуникаций. Обучающиеся отвечают на данные вопросы в устной форме, участвуют в обсуждении и дополняют ответы друг друга.
2. На основании конспекта лекций, рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы обучающийся изучает формы взаимодействия средств массовой информации и органов власти, а также государственные программы содействия СМИ. Материал оформляется в виде письменного ответа.

3. На основании рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы, а также с целью получения практических навыков выполняется практическое задание:

*Восстановите примерную структуру рекламного PR -агентства по схеме (рис.1), пользуясь лекционным материалом. Какие элементы отсутствуют? Найдите ошибки.*

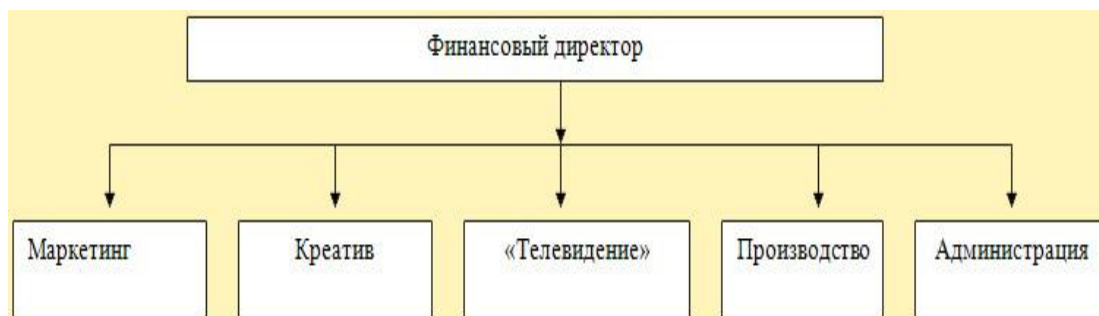


Рисунок 1. Вариант типовой структуры рекламного PR -агентства

Обучающиеся представляют преподавателю вариант решения практического задания в электронном виде.

#### Форма отчетности:

Устное обсуждение вопросов по изучаемой теме. Созданный файл с выполненным практическим заданием, сохраненный в электронной папке «Практические работы».

#### Задания для самостоятельной работы:

1. Разработать вариант информационного PR-материала, используемого при работе с представителями СМИ с учетом следующих форм:

- 1) Бэкграундер.
- 2) Авторская статья.
- 3) Занимательная статья.

2. Выберите наиболее правильный ответ:

*Основные задачи медиа-отдела, входящего в состав рекламного и PR - агентства*

- a) Составление медиаплана
- b) Обеспечение рабочих подразделений транспортом
- c) Покупка эфирного времени
- d) Архивирование публикаций
- e) Ведение бухгалтерской документации
- f) Покупка «рекламного» места
- g) Проведение маркетинговых исследований товарного рынка

#### Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к практическому занятию:

Проработка основной и дополнительной литературы, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в данной теме. Проработка материалов по изучаемому вопросу с использованием рекомендуемых ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Подготовка к выполнению практического задания, направленного на формирование практических навыков работы с представителями средств массовой информации и субъектами PR- деятельности.

#### Рекомендуемые источники:

1 Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» <http://biblioclub.ru>.

2 Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) <https://uisrussia.msu.ru/>.

3 Национальная электронная библиотека НЭБ <http://xn--90ax2c.xn--p1ai/how-to-search/>.

Основная литература: № 1-3 согласно таблице раздела 7.

Дополнительная литература: № 4-12 согласно таблице раздела 7.

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Что относится к понятию «средства массовой информации СМИ»?
2. Чему способствует создание системы массовых коммуникаций ?
3. Каковы основные виды СМИ, используемые в политической и коммерческой сферах деятельности можно выделить?
4. Какие темы PR- сообщений относятся к группе постоянных по содержанию?
5. Каковы основные отличия бэкграунда как информационного материала от пресс-релиза?
6. Какие формы взаимодействия средств массовой информации и органов власти можно выделить?

**Практическое занятие № 3**

Тема: «PR -деятельность в органах государственной власти: задачи и специфика. PR в органах местного самоуправления»

Цель работы: изучение основ PR -деятельности в органах государственной власти; выделение специфики организации связей с общественностью в органах местного самоуправления.

Задание:

1. Изучить основные задачи и виды PR -коммуникаций в органах государственной власти.
2. Выделить особенности разработки и реализации PR -деятельности в силовых структурах.
3. Изучить специфику работы по связям с общественностью в органах местного самоуправления.
4. В рамках практических навыков применения статистических таблиц выполнить практическое задание и сформулировать выводы

Порядок выполнения:

1. На основании конспекта лекций, рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы дать характеристику функциям и особенностям организации работы пресс-служб и пресс-центров. Обучающиеся отвечают на данный вопрос в устной форме, участвуют в обсуждении и дополняют ответы товарищей.
2. На основании конспекта лекций, рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы обучающийся изучает способы особенности разработки и реализации PR -деятельности в силовых структурах на конкретных примерах. Материал оформляется в электронном виде (сохраненный файл в папке «Практические работы»).
3. На основании рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы выделяется специфика работы по связям с общественностью в органах местного самоуправления. Обучающиеся участвуют в обсуждении их характеристик, дополняют ответы друг друга.
4. На основании рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы , а также с целью получения практических навыков выполняется практическое задание:

*Установите соответствие основных характеристик, представленных в таблице 1.*

*Таблица 1. Основные характеристики PR –деятельности*

<i>А. Задачи PR- коммуникаций</i>	<i>1. Составление пресс-релизов</i>
<i>Б. Способы решения коммуникаций</i>	<i>2. Предание рекламе характера новостей</i>
<i>В. Функции PR- специалиста</i>	<i>3. Выходе на «второстепенные» группы общест-венности</i>
	<i>4. Поддержка рекламных кампаний</i>
	<i>5. Организация и подготовка презентаций</i>
	<i>6. Поддержка силовых структур</i>
	<i>7. Поддержка имиджа</i>

*Обоснуйте свое решение, сделайте соответствующие выводы*

Форма отчетности:

Устное обсуждение вопросов по изучаемой теме. Созданный файл с выполненным

практическим заданием сохраненный в электронной папке «Практические работы».

Задания для самостоятельной работы:

1. Дополните:

*Функция PR-деятельности, направленная на выработку информационной политики, и включающая в себя изучение партнеров, анализ ситуации, оценку общественного мнения, называется аналитико-..... функция.*

2. Выберите правильный ответ:

*Функция PR-деятельности, включающая в себя меры и действия по проведению и организации PR-кампаний, конференций, встреч:*

- a) Консультативно - методическая*
- b) Организационно- технологическая*
- c) Информационно- коммуникативная*

3. На основании рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы подготовьте сообщение на темы:

*A) Основные задачи, цели и функции государственных PR-кампаний.*

*Б) Этапы планирования и реализации мероприятий по связям с общественностью в силовых структурах.*

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к практическому занятию:

Проработка основной и дополнительной литературы, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в данной теме. Проработка материалов по изучаемому вопросу с использованием рекомендуемых ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Подготовка к выполнению практического задания, направленного на формирование практических навыков организации PR-деятельности в органах государственной власти

Рекомендуемые источники:

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» <http://biblioclub.ru>.

2. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru>.

3. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) <https://uisrussia.msu.ru/>.

4. Национальная электронная библиотека НЭБ <http://xn--90ax2c.xn--plai/how-to-search/>.

5. Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

Основная литература: № 1-3 согласно таблице раздела 7.

Дополнительная литература: № 4-12 согласно таблице раздела 7.

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Что включают в себя цели и задачи управления общественными отношениями в органах государственной власти?

2. Какие особенности организации PR -деятельности в данной сфере можно выделить?

3. Какие виды силовых структур действуют на территории Российской Федерации?

4. В чем заключаются особенности организации связей с общественностью в органах местного самоуправления?

**Практическое занятие № 4**

Тема: «Отношения с общественными организациями и политическими партиями. PR -службы как элемент политической системы общества. Коммуникации PR в избирательных кампаниях»

Цель работы: изучить основы управления общественными отношениями при взаимодействии с общественными организациями и политическими партиями; выделить особенно-



сти организации PR-коммуникаций в избирательных кампаниях.

Задание:

1. Изучить основные цели и задачи связей с общественностью при взаимодействии с общественными организациями и политическими партиями.
2. Выделить особенности PR-деятельности в избирательных кампаниях.
3. В рамках практических навыков выполнить практическое задание и сформулировать соответствующие выводы.

Порядок выполнения:

1. На основании конспекта лекций, рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы дать характеристику особенностям организации коммуникаций и управления общественным мнением при организации взаимодействий с общественными организациями и политическими партиями. Обучающиеся отвечают на данный вопрос в устной форме, участвуют в обсуждении и дополняют ответы товарищей.

2. На основании конспекта лекций, рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы обучающийся изучает основные этапы избирательных кампаний, особенности PR-деятельности предвыборных технологий. Составляется таблица, отражающая краткую характеристику каждого этапа избирательной кампании. Материал оформляется в электронном виде (сохраненный файл в папке «Практические работы»).

3. На основании рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы, а также с целью получения практических навыков выполняется практическое задание:

*Проведите теоретический анализ основных этапов избирательной кампании. Выделите субъектов и функции данных субъектов, характерных каждому этапу. На основании изученного материала заполните таблицу 1, учитывая специфику каждого этапа и действия субъектов в процессе планирования и реализации избирательной кампании.*

*Таблица 1. Действия субъектов на этапах избирательной кампании*

<i>Этапы</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Действия субъектов</i>
<i>1 нулевой</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>
<i>2 подготовительный</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>
<i>.....</i>	<i>.....</i>	<i>.....</i>

*Какие субъекты и их действия характерны подготовительному этапу избирательной кампании? Обоснуйте ответы. Приведите примеры. Выполненное практическое задание сохраните в отдельном файле в электронной папке «Практические работы».*

Форма отчетности:

Устное обсуждение вопросов по изучаемой теме. Созданный файл с выполненным практическим заданием сохраненный в электронной папке «Практические работы».

Задания для самостоятельной работы:

1. Расположите основные стадии избирательного процесса в хронологическом порядке (от самых ранних до более поздних – сверху вниз):

- А) Обнародование итогов голосования и результатов выборов*
- Б) Информирование избирателей и предвыборная агитация*
- В) Выдвижение и регистрация кандидатов (списка кандидатов)*
- Г) Голосование и определение итогов голосования*
- Д) Образование избирательных округов, комиссий, составление списков избирателей*
- Е) Назначение выборов*

2. Выберите правильный ответ:

*Отношения с властными структурами, построение взаимоотношений с правительством, с региональными и местными органами власти, лоббирование:*

- а) PR-политической партии*
- б) государственный PR*
- в) самопрезентация (самоPR)*
- г) GR «Government Relations»*

Дайте подробную характеристику данному понятию

3. Выберите правильный ответ:

Для повышения эффективности подготовки и принятия решений, всестороннего учета информации, поиска компромиссов, взаимовыгодных решений между гражданским обществом и органами власти создана система:

- а) «Открытое образование»
- б) «Закрытое правительство»
- в) «Открытое правительство»
- г) «Открытые системы»

#### Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к практическому занятию:

Проработка лекционного материала, основной и дополнительной литературы, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в данной теме. Проработка материалов по изучаемому вопросу с использованием рекомендуемых ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Подготовка к выполнению практического задания, направленного на формирование практических навыков планирования и реализации избирательных кампаний.

#### Рекомендуемые источники:

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» <http://biblioclub.ru>.
2. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru>.
3. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) <https://uisrussia.msu.ru/>.
4. Национальная электронная библиотека НЭБ <http://xn--90ax2c.xn--p1ai/how-to-search/>.

Основная литература: № 1-3 согласно таблице раздела 7.

Дополнительная литература: № 4-12 согласно таблице раздела 7.

#### Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Какие функции общественных организаций можно выделить?
2. Каковы основные цели и задачи связей с общественностью при взаимодействии с органами государственной власти?
3. Что входит в понятие «предвыборные технологии»?
4. Какие действия субъектов избирательной кампании характерны на этапе плановой работы?
5. Каковы особенности PR-деятельности в избирательных кампаниях?

### **Практическое занятие № 5**

Тема: « Специфика и задачи управления общественными отношениями в бизнесе»

Цель работы: изучить особенности организации связей с общественностью в бизнесе, выделить роль PR-коммуникаций в комплексе маркетинговых коммуникаций.

#### Задание:

1. Изучить цели, функции и основные задачи связей с общественностью в комплексе маркетинговых коммуникаций.
2. Выделить особенности формирования имиджа бизнеса и бренд-имиджа.
3. Выделить особенности организационно -правового обеспечения деятельности PR-служб и информационной политики в Российской Федерации.
4. В рамках практических навыков выполнить практическое задание и сформулировать соответствующие выводы.

#### Порядок выполнения:

1. На основании конспекта лекций, рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы дать характеристику понятиям « интегрированные маркетинго-

вые коммуникации», «имидж бизнеса», «мастер-план имиджа», «фирменный стиль», «бренд-имидж», «государственная информационная политика». Обучающиеся отвечают на данный вопрос в устной форме, участвуют в обсуждении и дополняют ответы товарищей.

2. На основании конспекта лекций, рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы обучающийся изучает особенности формирования имиджа бизнеса и бренд-имиджа. Материал оформляется в электронном виде (сохраненный файл в папке «Практические работы»).

3. На основании рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы изучаются особенности организационно-правового обеспечения PR-деятельности и информационной политики в Российской Федерации. В рамках интерактивной формы данного занятия обучающиеся формируют группы для обсуждения, разрабатывают тестовое задание и тестируют друг друга.

4. На основании рекомендуемых источников, основной и дополнительной литературы, а также с целью получения практических навыков выполняется практическое задание:

*Сформируйте таблицу, характеризующую основные задачи и способы решения маркетинговых PR-коммуникаций (MPR). Сформулируйте не менее 6 задач и не менее трех способов решения.*

*Таблица 1. Характеристика маркетинговых PR-коммуникаций*

<i>Задачи MPR</i>	<i>Способы решения</i>
<i>1. Маркетинговый PR поддерживает рекламу</i>	<i>1. Расширить сферу охвата рекламой 2. Покрепить рекламу путем привлечения внимания потребителя к дополнительным свойствам товара, не указанным в рекламном сообщении 3.....</i>
.....	.....

*Постройте цепочку мастер-плана по созданию имиджа предприятия. Заполните все этапы мастер-плана. Дайте краткую характеристику каждому этапу. Выполненное практическое задание сохраните в отдельном файле в электронной папке «Практические работы».*

Форма проведения занятия: интерактивное занятие, тренинг в малой группе

#### Форма отчетности:

Разработанный вариант тестового задания в рамках интерактивного занятия. Файл с выполненным практическим заданием, сохраненный в электронной папке «Практические работы».

#### Задания для самостоятельной работы:

1. Выберите наиболее правильный ответ:

*Функции PR-специалиста*

- a. Составление пресс-релизов
- b. Предание рекламе характера новостей
- c. Проникновение на второстепенный рынок
- d. Поддержка рекламных кампаний
- e. Организация и подготовка презентаций фирмы
- f. Поддержка товарораспределения
- g. Поддержка имиджа торговой марки

2. Изучить основные требования к организации и проведению презентаций и пресс-конференций в рамках PR деятельности предприятия. Сформируйте таблицу, в которой будут отражены виды специализированных PR мероприятий и их характеристика.

#### Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к практическому занятию:

Проработка основной и дополнительной литературы, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в данной теме. Проработка материалов по изучаемому вопросу с использованием рекомендуемых ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Подготовка к выполнению практического задания, направленного на формирование практических навыков управления общественными отношениями в сфере бизнеса.

#### Рекомендуемые источники:

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» <http://biblioclub.ru>.

2. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"  
<http://window.edu.ru>.

Основная литература: № 1-3 согласно таблице раздела 7.

Дополнительная литература: № 4-6, 12 согласно таблице раздела 7.

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Охарактеризуйте понятие «маркетинговый PR» или «MPR». Что включают в себя «интегрированные маркетинговые коммуникации»?

2. Какие особенности управления общественными отношениями в сфере бизнеса можно выделить?

3. Что такое коммуникационная политика?

4. Какие элементы фирменного стиля можно выделить?

5. Что такое «корпоративная культура»?

6. Каково значение спонсорства как средства PR- коммуникаций?

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Комплект слайдов в программе Microsoft PowerPoint.

Программное обеспечение:

- Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level;
- Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic OPEN 1 license No Level;
- Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Security;
- ИСС «Кодекс». Информационно-справочная система;
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс»;

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

<i><b>Вид занятия</b></i>	<i><b>Наименование аудитории</b></i>	<i><b>Перечень основного оборудования</b></i>	<i><b>№ ПЗ</b></i>
Лк	Лекционная аудитория (мультимедийный класс)	Персональный компьютер AMD FX-4100, интерактивная доска ActivBoard 595 Pro, интерактивный планшет Wacom PL-720, колонки акустические; Учебная мебель.	-
ПЗ	Дисплейный класс	Оборудование-10 шт. ПК P4-640 (монитор TFT 17 LG L1753S-SF); проектор EPSON Multi Media Projector EB-S62; Учебная мебель.	ПЗ № 1-5
СР	Читальный зал №1	Оборудование 10 ПК i5-2500/H67/4Gb(монитор TFT19 Samsung); принтер HP LaserJet P2055D, учебная мебель.	-

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**1. Описание фонда оценочных средств (паспорт)**

№ компетенции	Элемент компетенции	Раздел	Тема	ФОС
1	2	3	4	5
ОК-4	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	1.Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.	1.1.Связи с общественностью (PR): основные направления деятельности.	Вопросы к зачету № 1.1-1.13, экзаменационные вопросы № 1.1-1.13
			1.2. PR-работа в кризисных ситуациях. Формы взаимодействия органов власти со СМИ	
		2. Связи с общественностью в органах государственного управления. Общественные отношения в политике.	2.1.Основные направления PR -деятельности в органах государственной власти 2.2. Особенности управления общественными отношениями в политике.	экзаменационные вопросы № 2.1-2.7
ОПК-4	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	1.Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.	1.1.Связи с общественностью (PR): основные направления деятельности.	Вопросы к зачету № 1.1-1.13, экзаменационные вопросы № 1.1-1.13
			1.2. PR-работа в кризисных ситуациях. Формы взаимодействия органов власти со СМИ	
		2. Связи с общественностью в органах государственного управления. Общественные отношения в политике.	2.1.Основные направления PR -деятельности в органах государственной власти 2.2. Особенности управления общественными отношениями в политике.	экзаменационные вопросы № 2.1-2.7
ПК-12	умение организовать и поддерживать связи с деловыми	3. Общественные отношения в бизнесе.	3.1. Специфика управления общественными отношениями в сфере бизнеса.	экзаменационные вопросы № 3.1-3.11
			3.2. Законодательное и нормативно-правовое регулирование связей с общественностью	

партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).	деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.	1.2. PR-работа в кризисных ситуациях. Формы взаимодействия органов власти со СМИ	ные вопросы № 1.1-1.13
	2. Связи с общественностью в органах государственного управления. Общественные отношения в политике.	2.1. Основные направления PR -деятельности в органах государственной власти 2.2. Особенности управления общественными отношениями в политике.	экзаменационные вопросы № 2.1-2.7
	3. Общественные отношения в бизнесе.	3.1. Специфика управления общественными отношениями в сфере бизнеса. 3.2. Законодательное и нормативно-правовое регулирование связей с общественностью.	экзаменационные вопросы № 3.1-3.11

## 2. Вопросы к зачету

№ п/п	Компетенции		ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ	№ и наименование раздела
	Код	Определение		
1	2	3	4	5
1.	ОК-4	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<p><b>1.1.</b> Цели и задачи управления общественными отношениями как научной дисциплины. Общественная роль, функции и цели связей с общественностью (PR).</p> <p><b>1.1.</b> Основные понятия в сфере общественных отношений. Виды общественного мнения.</p> <p><b>1.1.</b> Типы отношений «Власть- общественное мнение», критерии, гарантии .</p> <p><b>1.1.</b> Связи с общественностью (PR). Основные направления деятельности.</p> <p><b>1.1.</b> Определение и понятие сферы связей с общественностью (PR).</p> <p><b>1.1.</b> Модели PR - деятельности.</p> <p><b>1.1.</b> Функции и задачи PR -специалистов.</p> <p><b>1.1.</b> Этапы становления и тенденции развития PR.</p> <p><b>1.1.</b> PR-работа в кризисных ситуациях. План кризисного управления.</p> <p><b>1.1.</b> Действия PR -служб в кризисных ситуациях.</p> <p><b>1.1.</b> Сущность и функции СМИ. Виды СМИ.</p> <p><b>1.1.</b> Информационные материалы PR.</p> <p><b>1.13.</b> Формы взаимодействия органов власти со СМИ.</p>	<p><b>1.</b>Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.</p>
2.	ОПК-4	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и	<p><b>1.1.</b> Цели и задачи управления общественными отношениями как научной дисциплины. Общественная роль, функции и цели связей с общественностью (PR).</p> <p><b>1.2.</b> Основные понятия в сфере общественных отношений. Виды общественного мнения.</p> <p><b>1.3.</b> Типы отношений «Власть- общественное мнение», критерии, гарантии .</p> <p><b>1.4.</b> Связи с общественностью (PR). Основные направления деятельности.</p> <p><b>1.5.</b> Определение и понятие сферы связей с общественностью (PR).</p>	<p><b>1.</b>Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.</p>

		поддерживать электронные коммуникации	<p><b>1.6.</b> Модели PR - деятельности.  <b>1.7.</b> Функции и задачи PR -специалистов.  <b>1.8.</b> Этапы становления и тенденции развития PR.  <b>1.9.</b> PR-работа в кризисных ситуациях. План кризисного управления.  <b>1.10.</b> Действия PR -служб в кризисных ситуациях.  <b>1.11.</b> Сущность и функции СМИ. Виды СМИ.  <b>1.12.</b> Информационные материалы PR.  <b>1.13.</b> Формы взаимодействия органов власти со СМИ.</p>	
3.	ПК-12	умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	<p><b>1.1.</b> Цели и задачи управления общественными отношениями как научной дисциплины. Общественная роль, функции и цели связей с общественностью (PR).  <b>1.2.</b> Основные понятия в сфере общественных отношений. Виды общественного мнения.  <b>1.3.</b> Типы отношений «Власть- общественное мнение», критерии, гарантии .  <b>1.4.</b> Связи с общественностью (PR). Основные направления деятельности.  <b>1.5.</b> Определение и понятие сферы связей с общественностью (PR).  <b>1.6.</b> Модели PR - деятельности.  <b>1.7.</b> Функции и задачи PR -специалистов.  <b>1.8.</b> Этапы становления и тенденции развития PR.  <b>1.9.</b> PR-работа в кризисных ситуациях. План кризисного управления.  <b>1.10.</b> Действия PR -служб в кризисных ситуациях.  <b>1.11.</b> Сущность и функции СМИ. Виды СМИ.  <b>1.12.</b> Информационные материалы PR.  <b>1.13.</b> Формы взаимодействия органов власти со СМИ.</p>	<p><b>1.</b>Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.</p>

### 3 Экзаменационные вопросы

№ п/п	Компетенции		ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ	№ и наименование раздела
	Код	Определение		
1	2	3	4	5
1.	ОК-4	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<p><b>1.1.</b> Цели и задачи управления общественными отношениями как научной дисциплины. Общественная роль, функции и цели связей с общественностью (PR).  <b>1.2.</b> Основные понятия в сфере общественных отношений. Виды общественного мнения.  <b>1.3.</b> Типы отношений «Власть- общественное мнение», критерии, гарантии .  <b>1.4.</b> Связи с общественностью (PR). Основные направления деятельности.  <b>1.5.</b> Определение и понятие сферы связей с общественностью (PR).  <b>1.6.</b> Модели PR - деятельности.  <b>1.7.</b> Функции и задачи PR -специалистов.  <b>1.8.</b> Этапы становления и тенденции развития PR.  <b>1.9.</b> PR-работа в кризисных ситуациях. План кризисного управления.  <b>1.10.</b> Действия PR -служб в кризисных ситуациях.</p>	<p><b>1.</b>Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.</p>

			<p><b>1.11.</b> Сущность и функции СМИ. Виды СМИ.  <b>1.12.</b> Информационные материалы PR.  <b>1.13.</b> Формы взаимодействия органов власти со СМИ.</p> <p><b>2.1.</b> PR -деятельность в органах государственной власти: задачи и специфика  <b>2.2.</b> PR в силовых структурах и спецслужбах.  <b>2.3.</b> PR в органах местного самоуправления.  <b>2.4.</b> Отношения с общественными организациями и политическими партиями.  <b>2.5.</b> PR -службы как элемент политической системы общества. Коммуникации PR в избирательных кампаниях.  <b>2.6.</b> Особенности предвыборных PR -технологий.  <b>2.7.</b> Оценка эффективности избирательных кампаний.</p> <p><b>3.1.</b> PR -коммуникации в бизнесе: связи с общественностью как форма маркетинговых коммуникаций.  <b>3.2.</b> Основные понятия в рамках коммуникационных стратегий в сфере бизнеса. Интегрированные маркетинговые коммуникации  <b>3.3.</b> Специфика и задачи PR -служб в бизнесе  <b>3.4.</b> Внутренние PR-коммуникации как основа развития бизнеса  <b>3.5.</b> Формирование имиджа организации. Мастер-план имиджа  <b>3.6.</b> Элементы фирменного стиля и их значение в связях с общественностью  <b>3.7.</b> Спонсорство и благотворительность как направления PR-деятельности  <b>3.8.</b> Лоббирование в системе связей с общественностью.  <b>3.9.</b> Организационно- правовое обеспечение деятельности PR -служб в РФ.  <b>3.10.</b> Информационная политика.  <b>3.11.</b> Защита информации и PR. (правовые основы).</p>	<p><b>2.</b> Связи с общественностью в органах государственного управления. Общественные отношения в политике.</p> <p><b>3.</b> Общественные отношения в бизнесе.</p>
2.	ОПК-4	<p>способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>	<p><b>1.1.</b> Цели и задачи управления общественными отношениями как научной дисциплины. Общественная роль, функции и цели связей с общественностью (PR).  <b>1.2.</b> Основные понятия в сфере общественных отношений. Виды общественного мнения.  <b>1.3.</b> Типы отношений «Власть- общественное мнение», критерии, гарантии .  <b>1.4.</b> Связи с общественностью (PR). Основные направления деятельности.  <b>1.5.</b> Определение и понятие сферы связей с общественностью (PR).  <b>1.6.</b> Модели PR - деятельности.  <b>1.7.</b> Функции и задачи PR -специалистов.  <b>1.8.</b> Этапы становления и тенденции развития PR.  <b>1.9.</b> PR-работа в кризисных ситуациях. План кризисного управления.  <b>1.10.</b> Действия PR -служб в кризисных ситуациях.  <b>1.11.</b> Сущность и функции СМИ. Виды СМИ.  <b>1.12.</b> Информационные материалы PR. Формы взаимодействия органов власти со СМИ.</p> <p><b>2.1.</b> PR -деятельность в органах государственной власти: задачи и специфика  <b>2.2.</b> PR в силовых структурах и спецслужбах.  <b>2.3.</b> PR в органах местного самоуправления.  <b>2.4.</b> Отношения с общественными организациями и политическими партиями.</p>	<p><b>1.</b>Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.</p> <p><b>2.</b> Связи с общественностью в органах государственного управления. Общественные</p>



			<p><b>2.5.</b> PR -службы как элемент политической системы общества. Коммуникации PR в избирательных кампаниях.</p> <p><b>2.6.</b> Особенности предвыборных PR -технологий.</p> <p><b>2.7.</b> Оценка эффективности избирательных кампаний.</p>	отношения в политике.
			<p><b>3.1.</b> PR -коммуникации в бизнесе: связи с общественностью как форма маркетинговых коммуникаций.</p> <p><b>3.2.</b> Основные понятия в рамках коммуникационных стратегий в сфере бизнеса. Интегрированные маркетинговые коммуникации</p> <p><b>3.3.</b> Специфика и задачи PR -служб в бизнесе</p> <p><b>3.4.</b> Внутренние PR-коммуникации как основа развития бизнеса</p> <p><b>3.5.</b> Формирование имиджа организации. Мастер-план имиджа</p> <p><b>3.6.</b> Элементы фирменного стиля и их значение в связях с общественностью</p> <p><b>3.7.</b> Спонсорство и благотворительность как направление PR-деятельности</p> <p><b>3.8.</b> Лоббирование в системе связей с общественностью.</p> <p><b>3.9.</b> Организационно- правовое обеспечение деятельности PR -служб в РФ.</p> <p><b>3.10.</b> Информационная политика.</p> <p><b>3.11.</b> Защита информации и PR. (правовые основы).</p>	<b>3.</b> Общественные отношения в бизнесе.
<b>3.</b>	ПК-12	<p>умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления</p>	<p><b>1.1.</b> Цели и задачи управления общественными отношениями как научной дисциплины. Общественная роль, функции и цели связей с общественностью (PR).</p> <p><b>1.2.</b> Основные понятия в сфере общественных отношений. Виды общественного мнения.</p> <p><b>1.3.</b> Типы отношений «Власть- общественное мнение», критерии, гарантии .</p> <p><b>1.4.</b> Связи с общественностью (PR). Основные направления деятельности.</p> <p><b>1.5.</b> Определение и понятие сферы связей с общественностью (PR).</p> <p><b>1.6.</b> Модели PR - деятельности.</p> <p><b>1.7.</b> Функции и задачи PR -специалистов.</p> <p><b>1.8.</b> Этапы становления и тенденции развития PR.</p> <p><b>1.9.</b> PR-работа в кризисных ситуациях. План кризисного управления.</p> <p><b>1.10.</b> Действия PR -служб в кризисных ситуациях.</p> <p><b>1.11.</b> Сущность и функции СМИ. Виды СМИ.</p> <p><b>1.12.</b> Информационные материалы PR.</p> <p><b>1.13.</b> Формы взаимодействия органов власти со СМИ.</p> <p><b>2.1.</b> PR -деятельность в органах государственной власти: задачи и специфика</p> <p><b>2.2.</b> PR в силовых структурах и спецслужбах.</p> <p><b>2.3.</b> PR в органах местного самоуправления.</p> <p><b>2.4.</b> Отношения с общественными организациями и политическими партиями.</p> <p><b>2.5.</b> PR -службы как элемент политической системы общества. Коммуникации PR в избирательных кампаниях.</p> <p><b>2.6.</b> Особенности предвыборных PR -технологий.</p> <p><b>2.7.</b> Оценка эффективности избирательных кампаний.</p> <p><b>3.1.</b> PR -коммуникации в бизнесе: связи с общественностью как форма маркетинговых коммуникаций.</p> <p><b>3.2.</b> Основные понятия в рамках коммуникационных стратегий в сфере бизнеса. Интегрированные маркетин-</p>	<p><b>1.</b>Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.</p> <p><b>2.</b> Связи с общественностью в органах государственного управления. Общественные отношения в политике.</p> <p><b>3.</b> Общественные отношения в бизнесе.</p>

		<p>говые коммуникации</p> <p><b>3.3.</b> Специфика и задачи PR -служб в бизнесе</p> <p><b>3.4.</b> Внутренние PR-коммуникации как основа развития бизнеса</p> <p><b>3.5.</b> Формирование имиджа организации. Мастер-план имиджа</p> <p><b>3.6.</b> Элементы фирменного стиля и их значение в связях с общественностью</p> <p><b>3.7.</b> Спонсорство и благотворительность как направление PR-деятельности</p> <p><b>3.8.</b> Лоббирование в системе связей с общественностью.</p> <p><b>3.9.</b> Организационно- правовое обеспечение деятельности PR -служб в РФ.</p> <p><b>3.10.</b> Информационная политика.</p> <p><b>3.11.</b> Защита информации и PR. (правовые основы).</p>	
--	--	--	--

#### 4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Показатели	Оценка	Критерии
<p><b>Знать</b> <b>ОК-4:</b> - основные понятия, категории и инструменты деятельности по связям с общественностью, в т. ч. теоретические основы коммуникаций для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p><b>ОПК-4:</b> - основы делового общения и публичных выступлений, их значение в управлении общественными отношениями;</p> <p><b>ПК-12:</b> - основные методы и инструменты управления общественными отношениями и PR- коммуникаций;</p> <p><b>Уметь</b> <b>ОК-4:</b> - использовать методический инструментарий управления общественными отношениями и планирования коммуникаций;</p> <p><b>ОПК-4:</b> - вести переговоры и поддерживать различные формы коммуникаций, в том числе и электронные, с целью формирования связей с общественностью;</p> <p><b>ПК-12:</b> - организовывать и поддерживать связи с общественностью в рамках расширения внешних и связей и проектов организации;</p> <p><b>Владеть</b> <b>ОК-4:</b> - навыками организации коммуникаций для решения задач межкультурного взаимодействия.</p> <p><b>ОПК-4:</b> - навыками организации коммуникационных программ и PR-мероприятий.</p> <p><b>ПК-12:</b> - навыками управления и поддержки связей с общественностью при реализации проектов, направленных на развитие организации.</p>	<b>отлично</b>	<p>Оценка «<b>отлично</b>» выставляется в случае, если студент демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- всестороннее систематическое знание программного материала;</li> <li>- правильное выполнение заданий, направленных на применение программного материала;</li> <li>- правильное применение основных положений программного материала.</li> </ul>
	<b>хорошо</b>	<p>Оценка «<b>хорошо</b>» выставляется в случае, если студент демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- недостаточно полное знание программного материала;</li> <li>- выполнение с несущественными ошибками заданий, направленных на применение программного материала;</li> <li>- применение с несущественными ошибками основных положений программного материала.</li> </ul>
	<b>удовлетворительно</b>	<p>Оценка «<b>удовлетворительно</b>» выставляется в случае, если студент демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- частичное знание программного материала;</li> <li>- частичное выполнение заданий, направленных на применение программного материала;</li> <li>- частичное применение основных положений программного материала.</li> </ul>
	<b>неудовлетворительно</b>	<p>Оценка «<b>неудовлетворительно</b>» выставляется в случае, если студент демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- существенные пробелы в знании программного материала;</li> <li>- принципиальные ошибки при выполнении заданий, направленных на применение программного материала;</li> <li>- невозможность применения ос-</li> </ul>

		новых положений программного материала.
	<b>зачтено</b>	Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если вопросы раскрыты, изложены логично, без существенных ошибок, показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, продемонстрировано усвоение ранее изученных вопросов и сформированность компетенций. Допускаются незначительные ошибки.
	<b>не зачтено</b>	Оценка «не зачтено» выставляется, если не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы компетенции, умения и навыки.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности**

Цель и задачи дисциплины « Управление общественными отношениями» представлены в разделе 1 настоящей рабочей программы. Место дисциплины в структуре образовательной программы представлено в разделе 2 настоящей рабочей программы. Распределение объема дисциплины по формам обучения с указанием видов учебных занятий представлено в разделе 3 настоящей рабочей программы. Содержание дисциплины указано в разделе 4 настоящей рабочей программы.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы студентов по дисциплине находятся в свободном доступе в соответствии с разделом 6 настоящей рабочей программы.

При изучении дисциплины необходимо использовать литературу, указанную в разделе 7 настоящей рабочей программы, а также перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», представленных в разделе 8 настоящей рабочей программы.

Студенты очной формы обучения допускаются к зачету и экзамену при условии выполнения всех практических работ, предусмотренных в конкретном семестре. Методические указания по выполнению практических работ представлены в разделе 9 настоящей рабочей программы.

Информационные технологии, используемые при освоении дисциплины, перечислены в разделе 10 настоящей рабочей программы.

Оценка знаний, умений, навыков осуществляется в процессе промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине в виде зачета, экзамена в соответствующих семестрах. Для оценивания знаний, умений, навыков используется фонды оценочных средств (ФОС) по данной дисциплине.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, сформированных по итогам изучения дисциплины, представлено в разделе 3 Приложения 1 настоящей рабочей программы.

**АННОТАЦИЯ  
рабочей программы дисциплины**

**Управление общественными отношениями**

**1. Цель и задачи дисциплины**

Цель дисциплины заключается в освоении обучающимися теоретических и практических основ управления общественными отношениями в государственном и муниципальном управлении, а также коммуникаций по связям с общественностью в различных сферах деятельности.

Задачей изучения дисциплины является формирование базовых знаний по основам управления общественными отношениями, определение значения связей с общественностью и PR- коммуникаций в планировании и реализации проектов, направленных на развитие организации.

**2. Структура дисциплины**

2.1 Общая трудоемкость дисциплины составляет 216 часа, 6 зачетных единиц.

2.2 Основные разделы дисциплины:

1. Связи с общественностью: основные понятия, формы и направления деятельности. Роль средств массовой информации в управлении общественными отношениями.

2. Связи с общественностью в органах государственного управления. Общественные отношения в политике.

3. Общественные отношения в бизнесе.

**3. Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-4 – способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОПК-4 – способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

ПК-12 – умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

**4. Вид промежуточной аттестации:** зачет, экзамен.

*Протокол о дополнениях и изменениях в рабочей программе  
на 20\_\_-20\_\_ учебный год*

1. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие дополнения:

---

---

2. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие изменения:

---

---

Протокол заседания базовой кафедры «ЭиМ» № \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.,

Заведующий базовой кафедрой «ЭиМ» \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент от «12» января 2016 г. № 7

для набора 2015 года: и учебным планом ФГБОУ ВО «БрГУ» для очной формы обучения от «03» июля 2018 г. № 413.

**Программу составил:**

Дубровина М.А., старший преподаватель базовой каф. ЭиМ, \_\_\_\_\_

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании базовой кафедры ЭиМ от «16» января 2019 г., протокол № 9.

Заведующий кафедрой базовой каф. ЭиМ \_\_\_\_\_ М.И. Черутова

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_ М.И. Черутова

Директор библиотеки \_\_\_\_\_ Т.Ф. Сотник

Рабочая программа одобрена методической комиссией факультета ЭиУ от «17» января 2019 г., протокол № 5.

Председатель методической комиссии факультета \_\_\_\_\_ Е.В. Трапезникова

**СОГЛАСОВАНО:**

Начальник учебно-методического управления \_\_\_\_\_ Г.П. Нежевец

Регистрационный № \_\_\_\_\_