

Государственное образовательное учреждение высшего образования
**«КОМИ РЕСПУБЛИКАНСКАЯ АКАДЕМИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ И УПРАВЛЕНИЯ»**
(ГОУ ВО КРАГСиУ)

**«КАНМУ СЛУЖБАӦ ДА ВЕСЬКӦДЛЫНЫ ВЕЛӦДАН КОМИ
РЕСПУБЛИКАСА АКАДЕМИЯ»**
вылыс тшупӧда велӧдан канму учреждение
(КСдаВВКРА ВТШВ КУ)

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель ОПОП
38.03.04 Государственное и
муниципальное управление
_____ С.А. Ткачев
«21» мая 2020 г.
ДОКУМЕНТ



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«PR – ТЕХНОЛОГИИ»

Направление подготовки – 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) – «Государственное и муниципальное управление»

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения – очная, заочная

Год начала подготовки – 2020

Сыктывкар
2020

Рабочая программа дисциплины «PR-технологии» составлена в соответствии с требованиями:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки России от 10.12.2014 № 1567;

- Приказа Минобрнауки России «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 05.04.2017 № 301;

- учебного плана ГОУ ВО «Коми республиканская академия государственной службы и управления» по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Государственное и муниципальное управление».

© Коми республиканская академия
государственной службы
и управления, 2020

1. Цели и задачи учебной дисциплины

1.1. Цель изучения учебной дисциплины

Целью изучения учебной дисциплины «PR-технологии» является ознакомление обучающихся с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью и рекламы в различных сферах общественной жизни.

1.2. Задачи учебной дисциплины

Задачами освоения дисциплины «PR-технологии» является следующее:

- ознакомить обучающихся с проблематикой государственного маркетинга, политической коммуникации, теории социального управления.
- получить теоретические и фактические знания, необходимые для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями;
- сформировать базовый понятийный аппарат, необходимый для восприятия и осмысления информационных процессов в органах государственной власти и управления.

1.3. Виды компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины

Изучение дисциплины «PR-технологии» направлено на формирование следующих компетенций:

1) профессиональные:

- ПК-9 – способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;
- ПК-11 - владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения.

1.4. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «PR технологии» является элективной для изучения, относится к вариативной части программы Блока 1 «Дисциплины (модули)».

2. Требования к результатам освоения учебной дисциплины

В результате изучения дисциплины «PR-технологии» обучающиеся должны знать базовые понятия PR и лоббизма, специфике процесса реализации передовых PR-технологий и технологий лоббистской деятельности, проблемы проявления особенностей профессиональной работы в условиях развития социальных и интерактивных медиа и овладеть следующими знаниями, умениями и навыками, соотнесенными с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть
Профессиональные компетенции			
<i>Вид деятельности: коммуникативная</i>			
ПК-9 способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации	основы организации взаимодействия с внешними организациями и учреждениями, гражданами	организовывать коммуникации; обеспечивать связи с общественностью соответствующих органов и организаций; организовывать	навыками коммуникациями и организации взаимодействия с внешними организациями

		и проводить коммуникационные кампании и мероприятия в соответствии с целями и задачами управления персоналом	
ПК-11 владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	практику политических коммуникаций PR и политического консультирования в процессе принятия государственно-административных и политических решений	управлять коммуникационными потоками в сфере взаимодействия с общественностью	приобрести навыки анализа применения коммуникативных технологий и стратегии административно-политических связей с общественностью

3. Объём учебной дисциплины

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Распределение учебного времени
Контактная работа	36,25
Аудиторные занятия (всего):	36
<i>Лекции</i>	18
<i>Практические занятия</i>	18
<i>Лабораторные занятия</i>	
Промежуточная аттестация	0,25
<i>Консультация перед экзаменом</i>	
<i>Экзамен</i>	
<i>Зачет</i>	0,25
<i>Контрольная работа</i>	
<i>Руководство курсовой работой</i>	
Самостоятельная работа	35,75
<i>Самостоятельная работа в течение семестра</i>	31,75
<i>Подготовка контрольной работы</i>	
<i>Написание курсовой работы</i>	
<i>Подготовка к промежуточной аттестации</i>	4
Вид текущей аттестации	тест
Общая трудоёмкость дисциплины:	
<i>часы</i>	72
<i>зачётные единицы</i>	2

Заочная форма обучения

Виды учебной работы	Распределение учебного времени
Контактная работа	16,25
Аудиторные занятия (всего):	16
<i>Лекции</i>	8
<i>Практические занятия</i>	8
<i>Лабораторные занятия</i>	
Промежуточная аттестация	0,25
<i>Консультация перед экзаменом</i>	
<i>Экзамен</i>	
<i>Зачет</i>	0,25
<i>Контрольная работа</i>	
<i>Руководство курсовой работой</i>	
Самостоятельная работа	55,75
<i>Самостоятельная работа в течение семестра</i>	51,75
<i>Подготовка контрольной работы</i>	
<i>Написание курсовой работы</i>	
<i>Подготовка к промежуточной аттестации</i>	4
Вид текущей аттестации	тест
Общая трудоёмкость дисциплины:	
<i>часы</i>	72
<i>зачётные единицы</i>	2

4. Содержание тем учебной дисциплины

Наименование темы учебной дисциплины	Содержание темы
Тема 1. Роль связей с общественностью в современном обществе. PR как деятельность. Связи с общественностью в органах госвласти. (ПК-9, ПК-11)	Основные организационные структуры в связях с общественностью. Политические сети. Российская почва для PR-деятельности в сфере государственного управления. PR в органах государственной власти: теоретическое обоснование. Государственная PR-служба: уровень минимальной достаточности, направления деятельности, уровни деятельности, особенности и недостатки. PR-подразделения в крупных государственных структурах. Положение о PR-службах региональных органов власти: цели, задачи, функции. Службы по связям с общественностью в органах государственной власти РК. PR-подразделения в коммерческих структурах. PR-отдел организации: преимущества и недостатки. Цель, направления и уровни деятельности PR-подразделения коммерческой организации. Структура и функции PR-подразделения коммерческой организации. Место отделов публичных отношений в структуре корпорации: субординация и организационные схемы PR-подразделений. Наименования отделов

	публичных отношений. Размер организации и объем PR-функций подразделения. Место PR-структур в линейной системе управления организацией: руководитель и штатные PR-сотрудники организации; роль PR-персонала в принятии стратегических решений. PR-сотрудники организации: условия, необходимые для качественных связей с общественностью; компетентность, требуемая для работы в PR-отделе.
Тема 2. Общественность и общественное мнение (ПК-9, ПК-11)	Понятие общественности: классический и ситуационный подходы. Типология групп общественности. Внешняя и внутренняя общественность. Типологизация Джерри Гендрикс. Типологизация общественности с точки зрения весомости общественности: главная, второстепенная и маргинальная общественность; традиционная и будущая общественность; сторонники, оппоненты и безразличные. Ситуативный подход к понятию и типологизации общественности. Факторы ситуативного характера, превращающие латентную (скрытую) общественность в активную. Психологический подход к типологизации общественности: самоориентация; ресурсы, сеть типологии потребителей. Определение целевых групп общественности. Целевые аудитории. Ключевыми аудиториями. Традиционные подходы к определению целевых групп общественности: географический, демографический, с учетом скрытой власти, с учетом статуса, с учетом репутации, с учетом членства, с учетом роли в процессе принятия решения. Психологический подход к определению целевых групп общественности. Ситуативный подход к определению целевых групп общественности. Индекс приоритетности. Общественное мнение. Природа и статус общественного мнения. Феномен общественного мнения. Особенности общественного мнения в России. Суть общественного мнения. Принципы изучения общественного мнения: направленность, интенсивность, информационная насыщенность (информированность), стабильность. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение. Установка и общественное мнение: согласие и понимание. Влияние на установки. Мотивация изменения установки. Учет и формирование общественного мнения: источник информации, аудитория.
Тема 3. Связи с общественностью и средства массовой коммуникации (ПК-9, ПК-11)	Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов. Медиаотношения. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relations). Дифференциация СМИ, возможности и перспективы работы с ними в современный период: телевидение, радио, печатная пресса, альтернативные носители информации. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.

	Управление средствами массовой информации и информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Новость: предыстория, развернутая картина события, реакция на событие, косвенный контекст смыслового позиционирования новости. Этапы, логика и механизмы управления информацией. Формирование собственного информационного потока. Приемы создания и усиления новостей. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства. Этика отношений. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства: взгляд с позиции журналиста. Алгоритм действий по работе со СМИ (мониторинг). Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро; подготовка материалов для СМИ. Организационные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой: пресс-служба, пресс-секретарь, пресс-центр, пресс-бюро, пресс-клуб. Типология мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ (новостные PR-мероприятия). Интервью: очное, заочное, виртуальное. Брифинг. Пресс-конференция. Виртуальная пресс-конференция в Интернете. Видеоконференции и телемосты. Совместные конференции и семинары со СМИ. Тематический образовательный семинар. Презентация. Пресс-тур. Пресс-клуб и пресс-пул. Неформальные встречи: пресс-завтрак, клубный вечер (party), конкурс среди журналистов на лучший материал; день прессы; ежегодный праздник газет; информационное спонсорство; роуд-шоу. Связи со средствами массовой коммуникации (методика использования в избирательной кампании): работа со средствами информации, контрольный список средств информации, подход к работникам средств информации, радио- и телевизионные интервью, интервью для печатных органов.
Тема 4. Корпоративный PR. Корпоративная культура. Фирменный стиль. Корпоративный имидж организации (ПК-9, ПК-11)	Внутренний PR: понятие, задачи, методы и средства реализации. Корпоративная культура и фирменный стиль. Виды, стили, формы и функции корпоративного общения. Имидж: содержание понятия. Структура и функции корпоративного имиджа. Конструирование корпоративного имиджа. Роль связей с общественностью в создании корпоративного пространства и в формировании корпоративной культуры.
Тема 5. Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями (ПК-9, ПК-11)	Понятие и классификация кризисов. Подготовка к кризисным ситуациям. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Управление PR в кризисных ситуациях. Управление репутацией в период кризиса. Практические примеры кризисных ситуаций и их решений
Тема 6. Основы спичрайтинга (ПК-9)	Определение понятия «Спичрайтинг». Публичные выступления. Спичрайтинг как специфическая PR-технология. Профессионально-личностные характеристики спичрайтера как профессионально-должностной специализации профессии публичных речеведов. Взаимодействие спичрайтинга как

	дисциплины с риторикой, имиджелогией, паблик рилейшнз, копирайтингом. Устная публичная речь. Типы речевых стратегий. Виды публичной речи. Специальная речь (протокольная, траурная, торжественная, неформальная). Цели публичного выступления, подготовленного PR-специалистом. Консалтинг руководителя базисного субъекта PR по организации публичного выступления и его исполнению. Спичрайтерский текст. Написание публичного выступления. Речевые приемы, используемые во вступительной речи. Средства диалогизации выступления. Методы последовательного изложения основного тезиса выступления. Проблема классификации публичной речи по степени подготовленности. Место выступления. Настроение аудитории. Преодоление излишней нервозности. Внешний облик выступающего. Виды и техника слушания. Речевой имидж. Реакция на реплики из аудитории. Ответы на вопросы.
--	---

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература:

1. Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; ред. А. Черникова. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 230 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019>.
2. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159>.

5.2. Дополнительная литература

1. Мандель, Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика / Б.Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847>.
2. Старикова, Ю.А. Связи с общественностью (Паблик рилейшнз): Конспект лекций / Ю.А. Старикова. – М. : А-Приор, 2010. – 95 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56308>.
3. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) / Т.Л. Чернышева. – Новосибирск : НГТУ, 2012. – 140 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940>.
4. Шарков, Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны») / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 260 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124>.
5. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций / Б.Л. Яшин. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 243 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429211>.

5.3. Электронно-библиотечная система:

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (www.biblioclub.ru).
2. Национальная электронная библиотека (<https://нэб.рф>).

5.4. Профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Справочно-правовая система «Гарант».
2. Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (www.biblioclub.ru).
4. Научная электронная библиотека (www.e-library.ru).
5. Национальная электронная библиотека (<https://нэб.рф>).

5.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. <http://www.rsl.ru/> - Российская государственная библиотека;
2. <http://www.nel.nns.ru/> - Национальная электронная библиотека
3. <http://ec.europa.eu/> европейская комиссии

6. Средства обеспечения освоения учебной дисциплины

В учебном процессе при реализации учебной дисциплины «PR-технологии» используются следующие ресурсы:

Информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Офисный пакет для работы с документами	Microsoft Office Professional LibreOffice
Информационно-справочные системы	Справочно-правовая система "Консультант Плюс"
	Справочно-правовая система "Гарант"
Электронно-библиотечные системы	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
	Научная электронная библиотека (www.e-library.ru)
	Национальная электронная библиотека (https://нэб.рф)
Электронная почта	Электронная почта в домене krag.ru
Средства для организации вебинаров, телемостов и конференций	Сервисы веб- и видеоконференцсвязи, в том числе BigBlueButton,

Сопровождение освоения дисциплины обучающимся возможно с использованием электронной информационно-образовательной среды ГОУ ВО КРАГСиУ, в том числе образовательного портала на основе Moodle (<https://moodle.krag.ru>).

7. Материально-техническое обеспечение освоения учебной дисциплины

При проведении учебных занятий по дисциплине «PR-технологии» задействована материально-техническая база, в состав которой входят следующие средства и ресурсы для организации самостоятельной и совместной работы обучающихся с преподавателем:

– специальные помещения для реализации данной дисциплины представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации;

– помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации;

– компьютерные классы, оснащенные современными персональными компьютерами, работающими под управлением операционных систем Microsoft Windows, объединенными в локальную сеть и имеющими выход в Интернет;

– библиотека Академии, книжный фонд которой содержит научно-исследовательскую литературу, научные журналы и труды научных конференций, а также читальный зал;

– серверное оборудование, включающее, в том числе, несколько серверов серии IBM System X, а также виртуальные сервера, работающие под управлением операционных систем Calculate Linux, включенной в Реестр Российского ПО, и Microsoft Windows Server и служащими для размещения различных сервисов и служб, в том числе для обеспечения работы СУБД MySQL и MS SQL Server;

– сетевое коммутационное оборудование, обеспечивающее работу локальной сети, предоставление доступа к сети Internet с общей скоростью подключения 10 Мбит/сек, а также работу беспроводного сегмента сети Wi-Fi в помещениях Академии;

– интерактивные информационные киоски «Инфо»;

– программные и аппаратные средства для проведения видеоконференцсвязи.

Кроме того, в образовательном процессе обучающимися широко используются следующие электронные ресурсы:

– система Internet (скорость подключения – 5 Мбит/сек);

– сайт www.krags.ru;

– беспроводная сеть Wi-Fi (в открытом доступе).

Конкретные помещения для организации обучения по дисциплине «PR-технологии» представлены в Справке о материально-техническом обеспечении образовательной программы по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, сформированной в соответствии с расписанием учебных занятий и промежуточной аттестации и паспортами кабинетов ГОУ ВО КРАГСиУ.