

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г. ШУХОВА»**  
**(БГТУ им. В.Г. Шухова)**

СОГЛАСОВАНО  
Директор института заочного  
образования  
  
С.Е. Спесивцева  
« 28 » \_\_\_\_\_ 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института  
  
Ю.А. Дорошенко  
« 28 » \_\_\_\_\_ 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
дисциплины (модуля)  
**Связи с общественностью в органах власти**

направление подготовки  
**41.03.06 – Публичная политика и социальные науки**

Направленность программы (профиль, специализация):  
**Публичная политика в социально-экономической сфере**

Квалификация  
бакалавр

Форма обучения  
заочная

**Институт:** Экономика и менеджмента

**Кафедра:** Маркетинга

Белгород – 2020

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 41.03.06 – Публичная политика и социальные науки (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Министерства образования и науки России №1174 от 20 октября 2015 г.
- плана учебного процесса ФГБОУ ВО БГТУ им. В.Г. Шухова, введенного в действие в 2020 году.

Составитель: д-р. экон. наук, проф.



(Е.Д. Щетинина)

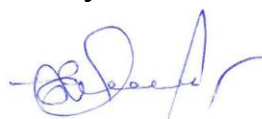
ст. преподаватель



(Т.А. Дубровина)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой  
Теории и методологии науки

Зав. кафедрой: д-р. экон. наук, проф.



(Е.Н. Чижова)

«28» апреля 2020 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга

«28» апреля 2020 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой: д-р экон. наук, проф.



(Е.Д. Щетинина)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

«28» апреля 2020 г., протокол № 8

Председатель: к-т. экон. наук, проф.



(Л.И. Журавлева)

## 1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
Профессиональные			
1	ПК-4	Умение управлять потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением	В результате освоения дисциплины обучающийся должен <b>Знать:</b> виды потоков информации, принципы их организации при взаимодействии власти и населения, технологии разработки содержания публикаций и прочих ПР-материалов <b>Уметь:</b> оптимизировать потоки информации и направить их в нужное русло, контролировать информмассивы <b>Владеть:</b> технологиями в сфере управления информацией и аудиторией, риторики, ведения переговоров, разрешения конфликтов

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Содержание дисциплины основывается и является логическим продолжением следующих дисциплин:

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)
1	Основы публичной политики
2	Социальная политика

Содержание дисциплины служит основой для изучения следующих дисциплин:

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)
1	Миграционная политика
2	Теория гражданского общества

## 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единицы, 144 часов

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7	Семестр 8
Общая трудоемкость дисциплины, час	144		142
<b>Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:</b>	6		4
лекции	4	2	2
лабораторные	-	-	-
практические	2	-	2
Самостоятельная работа студентов, в том числе:	138		138
Курсовой проект			
Курсовая работа			
Расчетно-графическое задания	8		8
Индивидуальное домашнее задание			
Другие виды самостоятельной работы	130		130
Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Экзамен		Экзамен

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**4.1 Наименование тем, их содержание и объем**  
**Курс 4 Семестр 8**

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Самост. работа
1	2	3	5	6	7
<b>1. Государственное управление в Российской Федерации</b>					
	История государственного управления в России; Система государственного управления в современной России; Необходимость и значение связей с общественностью в государственных структурах.	0,4	0,2		14,5
<b>2. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях</b>					
	Место связей с общественностью в органах власти; Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти; Функции и задачи связей с общественностью в органах власти.	0,4	0,2		14,5
<b>3. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах</b>					
	Понятие стратегического планирования; Виды и особенности планирования; Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью.	0,5	0,3		15
<b>4. Организация работы со средствами массовой информации</b>					
	Характеристика современных задач в обеспечении информационной политики госструктур; Особенности взаимодействия с различными видами СМИ; Противодействие негативной информации СМИ.	0,4	0,2		14,5
<b>5. Особенности работы с интернет-коммуникациями</b>					
	Организация и ведение официального сайта; Работа с блогами; Работа с социальными сетями.	0,5	0,2		15
<b>6. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти</b>					
	Работа с общественностью и целевыми аудиториями; Работа с внешними организациями; Организация и проведение SPECIAL EVENTS.	0,4	0,2		14,5
<b>7. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти</b>					
	Основные понятия корпоративной культуры; Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика; Организация издания печатной продукции.	0,4	0,2		14,5

<b>8. Организация PR-проектов в органах государственной власти</b>				
	Необходимость и значение осуществления PR-проектов в органах государственной власти; Специфика осуществления PR-проектов в органах государственной власти; Особенности реализации PR-проектов в органах государственной власти.	0,5	0,3	15
<b>9. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти</b>				
	Общая характеристика органов муниципальной власти; Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления; Организация PR-деятельности в администрации муниципального образования.	0,5	0,2	12,5
	Всего	4	2	130

#### **4.2. Содержание практических (семинарских) занятий**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
1	2	3	4	5
семестр № 8				
1.	Государственное управление в Российской Федерации	Введение в учебный курс «Связи с общественностью в органах власти»	0,2	14,5
2.	Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях	Современные зарубежные теоретические школы и концепции связей с общественной властью	0,3	14,5
1	Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	Методы планирования и анализа в государственных структурах	4	5
3.	Организация работы со средствами массовой информации	Развитие средств массовой информации	0,2	14,4
4.	Особенности работы с интернет-коммуникациями	Виды интернет-коммуникаций	0,3	14,6
5.	Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	Внешнекорпоративная деятельность связей с общественностью	0,2	14,4
6.	Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	Внутрикорпоративная деятельность связей с общественностью в органах власти	0,2	14,4
7.	Организация PR-проектов в органах государственной власти	Разработка PR-проектов в органах государственной власти	0,2	14,5
8.	Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти	Изучение связей с общественностью в муниципальной власти	0,2	14,4
9	Государственное управление в Российской Федерации	Российская Федерация в системе современных отношений.	0,2	14,4

#### 4.3. Лабораторных занятий учебным планом не предусмотрено

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 5.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)

1. Назовите основные реформы государственного управления при Петре I и Александре II.
2. Обоснуйте особенности государственного управления в Советском Союзе.
3. Назовите основные характеристики современных государственных органов России.
4. Сформулируйте понятие системы государственных органов.
5. Назовите причины и необходимость создания института связей с общественностью в органах власти в современной России
6. Сформулируйте основные задачи связей с общественностью в государственных органах власти.
7. Выделите основные функции связей с общественностью в государственных структурах.
8. Назовите основные задачи пресс-центра (пресс-службы) подразделения по связям с общественностью госучреждения.
9. Сформулируйте принципы деятельности связей с общественностью в органах власти.
10. Сформулируйте основные виды планирования деятельности по связям с общественностью в госучреждении.
11. Назовите особенности аналитических исследований в органах власти.
12. Обоснуйте понятие стратегического планирования.
13. Сформулируйте сущность аналитической работы в госучреждении.
14. Назовите уровни проведения аналитических исследований.
15. Сформулируйте основные задачи связей с общественностью в госучреждении со средствами массовой информации.
16. Определите сущность информационной политики в органах власти.
17. Охарактеризуйте ведущие жанры и их особенности в освещении деятельности органов власти в СМИ.
18. Сформулируйте сущность и виды негативной информации СМИ.
19. Назовите эффективные способы противодействия фальсифицированной информации.
20. Определите важность и необходимость работы с интернет-коммуникациями в органах власти на современном этапе развития цивилизации.

21. Назовите особенности работы с блогами.
22. Охарактеризуйте особенности позиционирования органов власти в социальных сетях.
23. Сформулируйте отличия блога от твиттера.
24. Назовите основные позиции официального сайта.
25. Определите сущность внешнекорпоративной работы в органах власти.
26. Назовите основные направления внешнекорпоративной работы связей с общественностью в органах власти.
27. Охарактеризуйте специфику взаимоотношений с внешними субъектами структуры власти.
28. Сформулируйте особенности специальных событий в органах власти.
29. Назовите алгоритм проведения торжественной части специального мероприятия.
30. Определите сущность внутрикорпоративной работы в органах власти.
31. Дайте определение корпоративной культуры.
32. Охарактеризуйте особенности формирования корпоративной культуры в органах власти.
33. Сформулируйте типичные внутрикорпоративные мероприятия.
34. Назовите основные этапы производства печатной продукции.
35. Сформулируйте значение реализации PR-проекта в государственном учреждении.
36. Назовите основные этапы подготовки и реализации PR-проекта.
37. Охарактеризуйте особенности осуществления PR-проектов в органах власти.
38. Сформулируйте отличия реализации PR-проектов в органах власти и коммерческих структурах.
39. Назовите специфику осуществления PR-проекта в органах судебной власти.
40. Сформулируйте основные отличия государственных органов власти от муниципальных.
41. Назовите основные направления связей с общественностью в органах местного самоуправления.
42. Охарактеризуйте особенности PR-деятельности в органах местной власти.
43. Определите факторы проблематики осуществления PR-деятельности в органах местной власти.
44. Назовите особенности специфики PR-деятельности в органах местной власти.

## **5.2. Перечень тем курсовых проектов, курсовых работ, их краткое содержание и объем**

### **5.3. Перечень индивидуальных домашних заданий, расчетно-графических заданий**

Выполнение расчетно-графических заданий оказывает большую помощь в развитии навыков самостоятельной творческой работы. Путем анализа конкретных материалов из международной жизни, теоретических обобщений студенты приобщаются к практической деятельности, получают первичные навыки конкретного анализа событий международной жизни. Расчетно-графические задания способствуют закреплению, углублению и систематизации знаний, полученных студентами за время обучения, и применению этих знаний в решении конкретных практических вопросов. Эта учебная работа прививает навыки обобщения опыта международных событий, использования различных материалов, архивных источников, составления библиографии по теме исследования, литературного изложения результатов исследования. При подготовке расчетно-графического задания рекомендуется:

- уяснить содержание избранной темы и целевую установку, проконсультироваться у преподавателей и наметить главные вопросы, подлежащие рассмотрению;

- составить план личной работы. Он необходим для того, чтобы правильно организовать написание работы и придать ей целеустремленный характер. В плане определить: сроки написания каждого раздела темы, редактирование, изготовление схем, чертежей, графиков;

- составить список необходимой литературы по теме. В этой работе целесообразно пользоваться каталогами библиотек, библиографическими указателями;

- изучить рекомендованную литературу. Это очень важный этап работы над курсовой работой. Изучение литературы следует начинать с документальной базы и новейших источников, прежде всего тех которые в наибольшей степени освещают вопросы темы.

В ходе этой работы важно выбрать основные положения, относящиеся к теме, уяснить выводы, к которым приходит автор, анализируя теоретические положения и фактический материал. Во время изучения литературы следует делать соответствующие записи, которые впоследствии следует использовать при написании работы.

#### *Тематика расчетно-графических заданий:*

1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса.
2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
3. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью.
4. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.



5. Виды информационных поводов и способы их создания.
6. Внутрикорпоративный PR. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом.
7. Конфликты и способы их разрешения PR-подразделениями.
8. Статус и стиль деятельности менеджера по PR.
9. Профессиональные организации и ассоциации PR в разных странах мира.
10. Возникновение связей с общественностью как социального института.
11. Связи с общественностью как функция менеджмента.
12. Современный специалист в области связей с общественностью.
13. Связи с общественностью как профессиональная деятельность.
14. Международные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
15. Национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
16. Этика профессионального поведения.
17. Организация работы отдела по связям с общественностью.
18. Спонсорство.
19. Корпоративная культура.
20. Управление имиджем организации.
21. Имидж политического деятеля и его поддержание средствами связи с общественностью.
22. Маркетинговые исследования в сфере связей с общественностью.
23. Функции специалистов по связям с общественностью в кризисных ситуациях.
24. Принципы и способы взаимодействия связей с общественностью и средствами массовой информации.
25. Фирменный стиль организации.
26. Проведение кампаний по связям с общественностью.
27. Роль политических публичных рилейшнз в манипулировании массовым сознанием и поведением.
28. Организация избирательной кампании.
29. Связи с общественностью в коммерческом секторе.
30. Фандрайзинг как технология связей с общественностью.
31. Связи с общественностью в государственном управлении.
32. Связи с общественностью в некоммерческих организациях.
33. Управление процессом публичных рилейшнз.
34. Внутрикорпоративные коммуникации и отношения с персоналом.
35. Связи с общественностью и искусство убеждения.
36. Организация специальных событий.
37. Сайт организации как форма продвижения имиджа.
38. Связи с общественностью в маркетинговых коммуникациях.
39. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью.

#### **5.4. Перечень контрольных работ**

*Учебным планом не предусмотрено*

### **6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

#### **6.1. Перечень основной литературы**

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., исправ. и доп. - Москва : Дело, 2001. - 295 с.
2. Калиберда, Е. Г. Связи с общественностью: вводный курс : учеб. пособие / Е. Г. Калиберда. - Москва : Логос, 2002. - 120 с.
3. Белов, А. А. Теория и практика связей с общественностью / А. А. Белов. - Санкт-Петербург : Северо-Запад, 2005. - 204 с.

#### **6.2. Перечень дополнительной литературы**

4. Калиберда, Е. Г. Связи с общественностью. Вводный курс / учеб. пособие. - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва : Логос, 2004. - 141 с.
5. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): учеб. пособие / М. И. Тимофеев. - Москва : РИОР, 2005. - 156 с.
6. Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов. - Москва : Академический Проект : Трикста, 2005. - 298 с.
7. Семенова, Л. М.
8. Имиджелогия как интегративная основа формирования профессионального имиджа будущих специалистов по связям с общественностью / Л. М. Семенова // Высшее образование сегодня. - 2010. - № 6. - С. 44-46..
9. Чумиков, А. Н. Кейсы и деловые игры по связям с общественностью : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - Москва : КНО-РУС, 2010. - 148 с

#### **6.3. Перечень интернет ресурсов**

10. База данных: Фонд Общественное Мнение: [www.fom.ru](http://www.fom.ru)
11. Официальный сайт Всероссийского центра изучения: [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru)  
Официальный сайт: Исполнительного комитета муниципального образования города Белгород: [beladm.ru](http://beladm.ru)
- 12.

### **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

## **8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

## ПРИЛОЖЕНИЯ

**Приложение №1.** Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины «Мировая политика и международные отношения».

Изучение дисциплины предполагает как аудиторную (лекции и практические занятия), так и самостоятельную работу студентов.

На лекциях излагаются основные теоретические положения и концепции курса, дающие студентам информацию, соответствующую программе.

Задача практических занятий - развитие у студентов навыков по применению теоретических положений к решению практических проблем. С этой целью материалы для практических занятий предполагают решение задач и вопросы для обсуждения, ориентированные на усвоение теоретического материала и умение его использовать для решения практических задач.

Практические занятия посвящаются изучению наиболее сложных вопросов курса. Они проводятся в форме семинаров, в ходе которых проводится обсуждение наиболее интересных вопросов, анализ нормативных и статистических материалов, решение задач, анализ конкретных производственных ситуаций, заслушиваются доклады по вопросам, требующим изучения дополнительной литературы и т.д.

Подготовку к семинарским занятиям следует начинать с работы над конспектом лекции. Затем следует ознакомиться с вопросами, плана семинарского занятия, вопросами для самоконтроля, списком литературы, рекомендованной для изучения. Важное значение для закрепления знаний имеет решение задач.

Самостоятельная (внеаудиторная работа) студентов состоит в проработке лекционного материала, основной и дополнительной литературы по соответствующей теме, подготовки реферата, написании статьи.

Самостоятельная работа строится на основе использования материалов лекции, основной и дополнительной учебной и научной литературы.

К каждой теме рекомендуется изучение основной экономической литературы.

Для организации контроля знаний студентов предполагается текущий и итоговый контроль. Текущий контроль знаний проводится в форме опросов, периодического тестирования, решения задач, проведения письменных работ. Формой итогового контроля является экзамен.