

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**Автор:** Манько Л.И., к.ф.н., доцент

**Наименование дисциплины:** Б1.В.14 Связи с общественностью в органах власти

### **1. Цель освоения дисциплины:**

- сформировать теоретические знания о сущности общественных коммуникаций, их основных элементах и средствах, моделях, группах общественности, изучить особенности связей с общественностью в органах власти, ознакомиться с PR-технологиями в области государственного и муниципального управления.

### **2. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ПК-9 способностью осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации	Этап 1: - Основы теории связей с общественностью в органах власти;  Этап 2: - Основы методологии связей с общественностью в органах власти;	Этап 1: - Ориентироваться в действующем законодательстве, относящемся к сфере деятельности специалиста по связям с общественностью;  Этап 2: - Анализировать основные направления и формы деятельности различных общественных организаций с органами управления; развивать гражданскую инициативу;	Этап 1: - Владение специальной терминологией  Этап 2: - Навыками технологий формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы;
ПК-10 способностью к взаимодействиям в ходе служебной деятельности в соответствии с этическими требованиями к служебному поведению;	Этап 1: - Специфику работы по связям с общественностью в сфере государственного управления;  Этап 2: - Специфику работы по связям с общественностью в сфере государственного	Этап 1: - Проводить сравнительный анализ рекламных  Этап 2: - Проводить сравнительный анализ информационных компаний;	Этап 1: - Умением определять круг задач, решаемых специальными подразделениями по связям с общественностью в органах власти и коммерческих структурах;  Этап 2: - Навыками работы со средствами массовой

	управления;		информации, методами их анализа, составления пресс-релизов;
ПК-11 владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения;	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Предмет, основные принципы,</li> </ul> <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Основные функции связей с общественностью, теоретические основы коммуникационного процесса;</li> </ul>	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Связям с общественностью в органах государственной власти и муниципального управления;</li> </ul> <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Выделять различия в деятельности служб по связям с общественностью органов власти и коммерческих структур;</li> </ul>	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Приемами подготовки и проведения пресс-конференций;</li> </ul> <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Навыками разработки информационной компании по определенной проблематике для ее реализации в органах власти;</li> </ul>
ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Структуру связей с общественностью и способы управления ими;</li> <li>- Основные организационные формы, мероприятия и технологии паблик рилейшнз;</li> </ul> <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Содержание и динамику информационных процессов, происходящих в обществе и основы государственной информационной политики, особенности информационной политики Российской Федерации на современном этапе.</li> </ul>	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Применять на практике основы технологий по работе с общественным мнением;</li> </ul> <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций специалиста по связям с общественностью;</li> </ul>	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Владеть специальной терминологией</li> </ul> <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Умением применять на практике основные PR-методики;</li> </ul>
ОПК-4 способностью осуществлять деловое общение	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Правовые и нравственно-этические нормы в</li> </ul>	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Разрабатывать организационную структуру</li> </ul>	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Умением формировать, изменять имидж организации</li> </ul>

<p>и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;</p>	<p>сфере профессиональной деятельности;</p> <p>Этап 2: - Назначение и смысл деятельности PR-служб;</p>	<p>деятельности PR-службы органа управления</p> <p>Этап 2: - Проектировать основные направления деятельности PR-службы органа управления</p>	<p>посредством взаимодействия со СМИ, внешней и внутренней общественностью.</p> <p>Этап 2: - Корректировать имидж организации посредством взаимодействия со СМИ, внешней и внутренней общественностью.</p>
<p>ПК-19 способностью эффективно участвовать в групповой работе на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;</p>	<p>Этап 1: - Тенденции развития PR-работы в Российской Федерации на современном этапе, общие и особенные характеристики ее развития;</p>	<p>Этап 1: - Анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации,</p> <p>Этап 2: - Выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;</p>	<p>Этап 1: - Умением анализировать деятельность PR-служб органов государственной власти,</p> <p>Этап 2: - Оценивать эффективность их работы, применять полученные знания в процессе работы по специальности;</p>

### **3. Содержание дисциплины:**

#### **Раздел 1. Истоки, методологические основы изучения связей с общественностью в органах власти.**

Тема 1 PR как наука и учебная дисциплина.

Тема 2 История формирования PR как сферы деятельности.

Тема 3 Правовые и этические основы отношений с общественностью.

#### **Раздел 2. Введение в управление общественными отношениями.**

Тема 4 Общественные отношения: природа, предназначение и проблема управления.

Тема 5 Социальный обмен как тип взаимодействия в общественных отношениях.

Тема 6 Социальное партнерство в общественных отношениях.

Тема 7 Корпоративная культура в системе общественных отношений.

#### **Раздел 3. Информационная политика Российской Федерации и PR: особенности взаимодействия и развития. Информационные процессы в обществе.**

Тема 8 Коммуникационные основы управления общественными отношениями.

Тема 9 Коммуникационный менеджмент. Интегративные маркетинговые коммуникации (ИМК).

Тема 10 Идеологический фактор управления общественными отношениями.

Тема 11 Информационная политика в демократическом, гражданском обществе.

#### **Раздел 4. Технология управления общественными отношениями.**

Тема 12 Учет и формирование общественного мнения как задача деятельности по связям с общественностью в органах власти

Тема 13 Имидж как фактор воздействия на общественные отношения.

Тема 14 Процедурные технологии: фасилитация и медиация.

**4. Общая трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ.**