

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"> - Предмет, основные принципы, <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основные функции связей с общественностью, теоретические основы коммуникационного процесса; 	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Связям с общественностью в органах государственной власти и муниципального управления; <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Выделять различия в деятельности служб по связям с общественностью органов власти и коммерческих структур; 	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Приемами подготовки и проведения пресс-конференций; <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Навыками разработки информационной компании по определенной проблематике для ее реализации в органах власти;
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"> - Структуру связей с общественностью и способы управления ими; - Основные организационные формы, мероприятия и технологии паблик рилейшнз; <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Содержание и динамику информационных процессов, происходящих в обществе и основы государственной информационной политики, особенности информационной политики Российской Федерации на современном этапе. 	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Применять на практике основы технологий по работе с общественным мнением; <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций специалиста по связям с общественностью; 	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Владеть специальной терминологией <p>Этап 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Умением применять на практике основные PR-методики;
ОПК-4 способностью осуществлять деловое общение	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Правовые и нравственно-этические нормы в 	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разрабатывать организационную структуру 	<p>Этап 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Умением формировать, изменять имидж организации

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

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.