

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра «Государственное и муниципальное управление»**

**Методические рекомендации для
самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Б1.В.14 Связи с общественностью в органах власти

Направление подготовки (специальность) 38.03.04 - *«Государственное и муниципальное управление»*

Профиль образовательной программы - *«Государственная и муниципальная служба»*

Форма обучения *очная*

Оренбург 2015 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Организация самостоятельной работы	3
2. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы (проекта).....	4
3. Методические рекомендации по подготовке реферата/эссе	4
4. Методические рекомендации по выполнению индивидуальных домашних задания	4
5. Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов	4
6. Методические рекомендации по подготовке к занятиям	6

1. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

1.1. Организационно-методические данные дисциплины

№ п.п	Наименование темы	Общий объем часов по видам самостоятельной работы (из табл. 5.1 РПД)				
		подготовка курсового проекта (работы)	подготовка реферата/эссе	индивидуальные домашние задания (ИДЗ)	самостоятельное изучение вопросов (СИВ)	подготовка к занятиям (ПкЗ)
1	2	3	4	5	6	7
1.	PR как наука и учебная дисциплина	–	–	–	2	2
2	История формирования PR как сферы деятельности	–	–	–	4	2
3	Правовые и этические основы отношений с общественностью	–	–	–	4	1
4.	Общественные отношения: природа, предназначение и проблема управления	–	–	–	2	4
5	Социальный обмен как тип взаимодействия в общественных отношениях	–	–	–	2	2
6	Социальное партнерство в общественных отношениях	–	–	–	2	2
7	Корпоративная культура в системе общественных отношений	–	–	–	2	2
8	Коммуникационные основы управления общественными отношениями	–	–	–	2	2
9	Коммуникационный менеджмент. Интегративные маркетинговые коммуникации (ИМК)	–	–	–	2	1

10	Идеологический фактор управления общественными отношениями	–	–	–	4	1
11	Информационная политика в демократическом и гражданском обществе	–	–	–	2	1
12	Учет и формирование общественного мнения как задача деятельности по связям с общественностью в органах власти	–	–	–	2	2
13	Имидж как фактор воздействия на общественные отношения	–	–	–	2	2
14	Процедурные технологии: фасилитация и медиация	–	–	–	3	1

**2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА) – не предусмотрены рабочим учебным планом.**

**3 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПОДГОТОВКЕ РЕФЕРАТА/ЭССЕ – не предусмотрены рабочим учебным
планом.**

**4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ДОМАШНИХ ЗАДАНИЙ – не предусмотрены рабочим
учебным планом**

**5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО
САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ ВОПРОСОВ**

5.1. PR как наука и учебная дисциплина

5.1.1. Вопросы:

1. PR как наука и учебная дисциплина

5.1.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на PR как науку и учебную дисциплину

5.2. История формирования PR как сферы деятельности

5.2.1. Вопросы:

1. История формирования PR как сферы деятельности
- 5.2.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на историю формирования PR как сферы деятельности

5.3. Правовые и этические основы отношений с общественностью

5.3.1. Вопросы:

1. Правовые и этические основы отношений с общественностью
- 5.3.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на правовые и этические основы отношений с общественностью

5.4. Общественные отношения: природа, предназначение и проблема управления

5.4.1. Вопросы:

1. Общественные отношения: природа, предназначение и проблема управления
- 5.4.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на общественные отношения

5.5. Социальный обмен как тип взаимодействия в общественных отношениях

5.5.1. Вопросы:

1. Социальный обмен как тип взаимодействия в общественных отношениях
- 2.5.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на социальный обмен как тип взаимодействия в общественных отношениях

5.6. Социальное партнерство в общественных отношениях

5.6.1. Вопросы:

- Социальное партнерство в общественных отношениях
- 5.6.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на социальное партнерство в общественных отношениях

5.7. Корпоративная культура в системе общественных отношений

5.7.1. Вопросы:

1. Корпоративная культура в системе общественных отношений
- 5.7.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на корпоративную культуру в системе общественных отношений

5.8. Коммуникационные основы управления общественными отношениями

5.8.1. Вопросы:

1. Коммуникационные основы управления общественными отношениями
- 5.8.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на коммуникационные основы управления общественными отношениями

5.9. Коммуникационный менеджмент. Интегративные маркетинговые коммуникации (ИМК)

5.9.1. Вопросы:

1. Коммуникационный менеджмент. Интегративные маркетинговые коммуникации
- 5.9.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на коммуникационный менеджмент и интегративные маркетинговые коммуникации.

5.10. Идеологический фактор управления общественными отношениями

5.10.1. Вопросы:

1. Идеологический фактор управления общественными отношениями
- 5.10.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на идеологический фактор управления общественными отношениями

5.11. Информационная политика в демократическом, гражданском обществе

5.11.1. Вопросы:

1. Информационная политика в демократическом, гражданском обществе

5.11.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на информационную политику в демократическом, гражданском обществе

5.12. Учет и формирование общественного мнения как задача деятельности по связям с общественностью в органах власти

5.12.1. Вопросы:

1. Учет и формирование общественного мнения как задача деятельности по связям с общественностью в органах власти

5.12.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на учет и формирование общественного мнения как задача деятельности по связям с общественностью в органах власти

5.13. Имидж как фактор воздействия на общественные отношения

5.13.1. Вопросы:

1. Имидж как фактор воздействия на общественные отношения

5.13.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на имидж как фактор воздействия на общественные отношения

5.14. Процедурные технологии: фасилитация и медиация

5.14.1. Вопросы:

1. Процедурные технологии: фасилитация и медиация

5.14.2. При подготовке к вопросам акцентировать внимание необходимо на процедурные технологии

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАНЯТИЯМ

6.1 Семинар 1. (С-1): «PR как наука и учебная дисциплина»

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Организация как система. Функции PR. Предмет, структура PR. PR, маркетинг, реклама – соотношение понятий. PR и пропаганда. Модели PR по Дж. Грюнику.

6.2 Семинар 2. (С-2): «Правовые и этические основы отношений с общественностью».

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Зарубежный опыт правового регулирования PR. Российское законодательство и управление общественными связями. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов по PR. Российский Кодекс этических принципов связей с общественностью.

6.3 Семинар 3. (С-30): «Общественные отношения: природа, предназначение и проблема управления».

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Организация как система. Предмет, функции, структура PR. Публичный характер общественных отношений в условиях плюралистической и рыночной демократии. Безличный характер общественных отношений. PR, маркетинг, реклама – соотношение понятий. PR и пропаганда. Проблема свободы в общественных отношениях.

6.4 Семинар 4. (С-4): «Социальное партнерство в общественных отношениях».

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Универсальные свойства социума. Субъекты социального партнерства и его характерные черты. Деятельность некоммерческих организаций как вид социального партнерства. Понятие социального государства. Стратификационная структура общества

6.5 Семинар 5. (С-5): «Коммуникационные основы управления общественными отношениями».

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Соотношение понятий «коммуникации» и «общение». Внутриорганизационные коммуникации. Коммуникационные роли индивидов. Внешние коммуникации организации. Массовая коммуникация и межличностное общение: сопоставительная характеристика.

6.6 Семинар 6. (С-6): «Идеологический фактор управления общественными отношениями».

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

История понятия «идеология». Функциональность идеологии. Ценностно-оценочная природа идеологии. Обыденный уровень идеологии. Концепции деидеологизации и реидеологизации. Алгоритмизация идеологического процесса. Организационно-опосредованный и стихийно-непосредственный процессы распространения идеологии.

6.7 Семинар 7. (С-7): «Информационная политика в демократическом и гражданском обществе».

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Условия эффективного осуществления информационной политики. Переходная модель взаимоотношений власти и СМИ в российском обществе. Работа организации с инсайдерской информацией. Проблема креативности СМИ и творческой вольности журналиста.

6.8 Семинар 8. (С - 8): «Учет и формирование общественного мнения как задача деятельности по связям с общественностью в органах власти».

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Типы коллективного поведения по Г.Блумеру и их характеристика. Подходы к определению общественного мнения. Устойчивые характеристики общественного мнения. Функции общественного мнения. Общественное мнение в структуре PR-деятельности органов власти и муниципального управления. Факторы управления общественным мнением. Типы исследования общественного мнения. 15 «законов» влияния на общественное мнение Хадли Кентрила.

6.9 Семинар 9. (С - 9): «Имидж как фактор воздействия на общественные отношения».

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Имидж и его предназначение. Имиджевые характеристики. Имидж как средство воздействия на массовое сознание. Проблемы имиджа российского бизнеса. Типология персонального имиджа. Использование типов имиджевых характеристик в PR. Составляющие корпоративного имиджа. Суть модели имиджа, предложенной А.Н.Чумиковым. Основные приемы конструирования имиджа. Эффективность выбора имиджа человека или компании. Политика информационной открытости (транспарентность). Приемы и инструменты имиджмейкера и PR-специалиста.

6.10 Семинар 10. (С-10): «Стратегическое планирование деятельности как основа гармонизации отношений организации с общественностью».

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Миссия организации и ее общие характеристики. Этапы планирования PR-деятельности. Принципы выделения целевых аудиторий. Методы и средства взаимодействия с целевой аудиторией.

6.11 Семинар 11. (С-11): «Основные жанры журналистики и PR».

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Методологическая основа, жанровое своеобразие и формальные признаки отличия журналистских текстов и PR-текстов. Морально-этические аспекты профессии «спин-доктор». Стилиевые особенности пресс-релиза. Смежные PR-тексты.

6.12 Семинар 12. (С-12): «PR-технологии в привлечении инвестиций. Спонсоринг и фандрайзинг».

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Определение спонсоринга и его основные аспекты. Пять постулатов о сути пожертвования. Этапы фандрайзинговой кампании. Целевые мероприятия по привлечению средств. Источники финансирования фандрайзинга.

6.13 Семинар 13. (С-13): «Развитие отношений с общественностью в органах государственной власти и муниципального управления».

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Основные цели PR в правительственных структурах. Специфика общественных отношений на уровне органов местного самоуправления. Органы власти как целевая аудитория. PR-службы органов власти: функции, структура. Общие характеристики российских пресс-служб органов власти. Основные цели деятельности PR-служб. Прозрачность бюджетного процесса как проблема власти, СМИ и общественности.

6.14 Семинар 14. (С-14): «Связи с общественностью в международных отношениях».

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты.

Современные тенденции развития общества. Информационный и культурный факторы глобализации. Модели международных связей с общественностью. Специфика деятельности специалистов по связям с общественностью в транснациональных корпорациях (ТНК).