

**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 заочная**

Оренбург 2015 г.

**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. Организация самостоятельной работы .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы (проекта).....</b>	<b>5</b>
<b>3. Методические рекомендации по подготовке реферата/эссе .....</b>	<b>5</b>
<b>4. Методические рекомендации по выполнению индивидуальных домашних задания .....</b>	<b>7</b>
<b>5. Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов .....</b>	<b>10</b>
<b>6. Методические рекомендации по подготовке к занятиям .....</b>	<b>14</b>
<b>6.1 .....</b>	<b>14</b>
<b>6.2 .....</b>	<b>14</b>
<b>6.3 .....</b>	<b>14</b>
<b>6.4 .....</b>	<b>14</b>
<b>6.5 .....</b>	<b>14</b>
<b>6.6 .....</b>	<b>14</b>
<b>6.7 .....</b>	<b>15</b>
<b>6.8 .....</b>	<b>15</b>
<b>6.9 .....</b>	<b>15</b>
<b>6.10 .....</b>	<b>15</b>
<b>6.11 .....</b>	<b>15</b>
<b>6.12 .....</b>	<b>15</b>
<b>6.13 .....</b>	<b>15</b>
<b>Приложение I.....</b>	<b>16</b>
<b>Приложение II.....</b>	<b>17</b>

## 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)	самостоятельно изучение вопросов (СИВ)	подготовка к занятиям (ПкЗ)
1	2	3	4	5	6	7
1.	PR как наука и учебная дисциплина	–	–	–	3	3
2	История формирования PR как сферы деятельности	–	–	–	3	3
3	Правовые и этические основы отношений с общественностью	–	–	–	3	3
4.	Общественные отношения: природа, предназначение и проблема управления	–	–	–	3	3
5	Социальный обмен как тип взаимодействия в общественных отношениях	–	–	–	3	3
6	Социальное партнерство в общественных отношениях	–	–	–	3	3
7	Корпоративная культура в системе общественных отношений	–	–	–	3	3
8	Коммуникационные основы управления общественными отношениями	–	–	–	3	3
9	Коммуникационный менеджмент. Интегративные маркетинговые коммуникации (ИМК)	–	–	–	3	3

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

**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, 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 подготовке 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 организаций. 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». Стилевые 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 правительственные 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).