

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Абдрахманов Данияр Мавлярович  
Должность: ректор ГБОУ ВО "БАГУ"  
Дата подписания: 01.07.2021 14:57:47  
Уникальный программный идентификатор:  
6caf317d71a2c7d2f749ed2578795b666901352dd

Государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Башкирская академия государственной службы и управления  
при Главе Республики Башкортостан»

Кафедра политологии, социологии и философии

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Б1.В.ОД.4 Связи с общественностью в органах власти

Уровень высшего образования

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) Политическое управление

Квалификация

*магистр*

Форма обучения

*заочная*

Уфа 2020

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ОД.4 «Связи с общественностью в органах власти» /сост. Г.Р. Камалова - Уфа: ГБОУ ВО «БАГСУ», 2020 год

Рабочая программа предназначена для обучающихся заочной формы обучения по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, направленность (профиль) Политическое управление

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры политологии, социологии и философии  
протокол № 6 от "15" февраля 2020 г.

@ Камалова Г.Р., 2020  
@ ГБОУ ВО «БАГСУ», 2020

## Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2 Требования к результатам обучения по дисциплине.....	6
3 Структура и содержание дисциплины .....	7
3.1 Структура дисциплины.....	7
3.2 Содержание разделов дисциплины .....	8
3.3 Практические занятия (семинары).....	10
4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины .....	10
4.1 Основная литература.....	10
4.2 Дополнительная литература .....	11
4.3 Периодические издания.....	11
4.4 Интернет-ресурсы .....	11
4.5 Методические указания к практическим занятиям (семинарам).....	12
4.6 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы	
4.7 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий .....	13
5 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	13
Лист согласования рабочей программы дисциплины .....	14
Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины.....	15
Приложения:	
Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	16

## 1 Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель** освоения дисциплины: сформировать у обучающихся знания о предмете, структуре и основных функциях связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления, а также обучить их методологии и основным технологическим приемам управления связями с общественностью.

### **Задачи:**

- привить обучающимся представления о связях с общественностью и их роли в системе государственного и муниципального управления;
- сформировать систему знаний об управлении связями с общественностью;
- развить практические умения и навыки по работе с различными группами общественности.

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)».

Пререквизиты дисциплины (модуля): Б1.В.ОД.5 Политическая риторика

Требования к входным результатам обучения, необходимым для освоения дисциплины

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции
<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- теоретико-методологические основы и технологии информационно-коммуникационных процессов в сфере государственного управления и публичной политики.</li></ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ориентироваться в механизмах и технологиях разработки государственных решений и стратегий;</li><li>- анализировать аналитический и фактологический материал, аргументированно его излагать и обобщать;</li></ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- навыками практической работы в области анализа, построения и управления коммуникативными потоками любой структуры;</li><li>- навыками установления и ведения устойчивых информационно-коммуникационных связей с различными группами общественности.</li></ul>	<p>ПК-3 - способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями</p>

Постреквизиты дисциплины: Б1.В.ДВ.4.1 Теория и практика переговоров, Б1.В.ДВ.4.2 Деловые коммуникации.

### 3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p><b><u>Знать:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- основные тенденции применения PR-технологий в государственном и муниципальном управлении;</li><li>- механизмы и технологии информационно-методической поддержки и сопровождения управленческих решений; базовые модели социальной коммуникации, используемые в связях с общественностью.</li><li>- основы и технологии информационно-коммуникационных процессов;</li><li>- знание принципов, методов и инструментария стратегического планирования коммуникаций;</li><li>- способы формирования общественного мнения и настроения.</li></ul> <p><b><u>Уметь:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ориентироваться в механизмах и технологиях разработки государственных решений и стратегий;</li><li>- анализировать аналитический и фактологический материал, аргументированно его излагать и обобщать;</li><li>- применять методы эффективной аргументации, дискуссии, полемики.</li></ul> <p><b><u>Владеть:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- навыками политических коммуникаций и политического общения;</li><li>- владение принципами и методами стратегического планирования коммуникациями;</li><li>- владение методами воздействия на общественное мнение и мобилизации общественной поддержки деятельности государственной власти;</li><li>- навыками практической работы в области анализа, построения и управления коммуникативными потоками любой структуры.</li></ul>	<p>ПК-3 - способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями</p>

### 4 Структура и содержание дисциплины

#### 4.1 Структура дисциплины

#### 4.1 Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов		
	5 семестр	6 семестр	всего
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>72</b>	<b>108</b>	<b>180</b>
<b>Контактная работа:</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>18</b>
Лекции (Л)	2	4	6
Практические занятия (ПЗ)	2	10	12
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	4	9	13
<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>64</b>	<b>85</b>	<b>149</b>
- выполнение курсовой работы (КР);	12	12	24
- самостоятельное изучение разделов;			
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);	10	8	18
	8		8
- подготовка к практическим занятиям;	8	9	17
- подготовка к тестированию;	8	10	18
- подготовка к зачету;	18	10	28
- подготовка к экзамену		36	36
<b>Вид итогового контроля</b>	<b>зачет</b>	<b>экзамен, курсовая работа</b>	<b>зачет, экзамен, курсовая работа</b>

#### Разделы дисциплины, изучаемые в 5, 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		всего	аудиторная работа		внеауд. работа
			Л	ПЗ	
<b>5 семестр</b>					
1	Раздел 1. Связи с общественностью: российский и зарубежный опыт	22	2		20
1.1	Теоретические основы связей с общественностью. Понятие, функции и направления деятельности в связях с общественностью. История развития связей с общественностью в XIX-XX вв.	22			22
1.2	«Связи с общественностью» как научно-прикладная дисциплина и профессиональная деятельность	24		2	22
1.3	Правовое регулирование связей с общественностью государственных органов	22	2		20
	Зачет	4			
	Итого	72	2	2	64
<b>6 семестр</b>					
2	Раздел 2. Связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления				
2.1	PR-коммуникации в системе управления	20	2	2	16

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов		
		всего	аудиторная работа	внеауд. работа
	общественными отношениями.			
2.2	Организация деятельности по связям с общественностью	18		16
2.3	Общественное мнение как объект формирования в системе общественных связей	18		16
2.4	Управление имиджем и репутацией	20	2	16
2.5.	Организация отношений со средствами массовой информации	23		21
	Экзамен	9		
	Итого	108	4	85
	<b>Всего</b>	<b>180</b>	<b>6</b>	<b>149</b>

## 4.2 Содержание разделов дисциплины

### Раздел 1. Связи с общественностью: российский и зарубежный опыт

1.1 Теоретические основы связей с общественностью. Понятие, функции и направления деятельности в связях с общественностью. История развития связей с общественностью в XIX-XX вв.

Анализ определений Public Relations. Альтруистический, компромиссный, прагматический подходы к определению понятия «Public Relations». Содержательные (смысловые), инструментальные определения «Public Relations». Соотношение понятий «Public Relations», «пропаганда», «реклама». Особенности менеджмента общественных связей в социокультурной сфере

1.2 «Связи с общественностью» как научно-прикладная дисциплина и профессиональная деятельность

Основные подходы к определению предмета «управления общественными отношениями». Методологические основы общественных связей. Организация общественных отношений («публик рилейшнз») как составная часть управленческой деятельности организации. Общественные коммуникации как средство развития социального согласия, взаимопонимания и диалога. Понятия «общественные отношения», «общественные связи (коммуникации)». Основные задачи и направления ПР-деятельности. Эволюция общественных связей. Становление теории и практики общественных связей в России. Современные принципы осуществления ПР. Регуляция ПР-деятельности.

1.3 Правовое регулирование связей с общественностью государственных органов

Эволюция принципов организации связей с общественностью. Зарубежный опыт правового регулирования «публик рилейшнз». Кодекс профессионального поведения и этики (1961), Афинский кодекс (1965), Кодекс профессионального поведения в области ПР (Лиссабонский, 1978). Международный кодекс рекламной деятельности (Кодекс МТП).

Особенности практики в области общественных связей в России. РАСО. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью. Основные правовые акты, регулирующие профессиональную деятельность в сфере ПР в России. Основной Закон. Закон РФ «О СМИ» (1991). Закон РФ «О рекламе» (2006). Закон РФ «Об информации, информатизации и защите информации» (1995), Закон РФ «О защите прав потребителей».

## **Раздел 2. Связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления**

2.1 ПР-коммуникации в системе управления общественными отношениями.

Основные подходы к анализу содержания и моделированию социальной коммуникации Коммуникативное пространство как сфера управления общественными связями. «Паблик рилейшнз» как динамическая система управления социальными группами, организациями и процессами. Модели общественных коммуникаций. Социальная информация как основной элемент процесса общественных коммуникаций. Принципы организации субъект-субъектной общественной коммуникации. Структурная модель ПР-коммуникации. Отличительные особенности ПР-коммуникаций.

### 2.2 Организация деятельности по связям с общественностью

Структура деятельности по связям с общественностью. Организационные формы субъектов ПР-деятельности: ПР-службы, агентства. Понятие общественности и ее сегментирование. Организация специальных и организационно-представительских мероприятий (презентации, семинары, конференции, «круглые столы», конкурсы, праздники, выставочная деятельность).

Основные этапы управления ПР-деятельностью. Планирование и проведение ПР-кампании. Роль и критерии эффективности управления общественными связями. Исследования в области «паблик рилейшнз».

2.3 Общественное мнение как объект формирования в системе общественных связей

Значение изучения общественного мнения в деятельности организации по связям с общественностью. Природа общественного мнения. Формирование общественного мнения. Спонтанный и институализированный способы продуцирования общественного мнения. Факторы формирования общественного мнения: внутренний потенциал субъекта и условия социальной среды. Современные методы убеждения и внушения. Кризисные ПР. Слухи: механизмы порождения и распространения, классификация слухов. Проблемы управления процессом циркуляции слухов в условиях организационного кризиса.

### 2.4 Управление имиджем и репутацией

Содержание понятия имидж и его назначение. Имидж и его структура. Имидж государственного служащего. Стратегии управления репутацией.

Формирование благоприятного имиджа (образа) PR-субъекта. Стратегии формирования благоприятного образа в глазах общественности. Виды имиджа. Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости.

#### 2.5. Организация отношений со средствами массовой информации

Массовая коммуникация в системе общественных связей. Принципы отношений с журналистами. Основные жанры материалов для СМИ. Менеджмент новостей. Организационные структуры по связям со СМИ. Пресс-служба и пресс-секретарь. Мероприятия с участием журналистов. Письменные PR-материалы для СМИ.

#### 2.6 Общественные связи в системе государственного и муниципального управления

Публичные коммуникации органов власти. Социальная информация и информационные процессы в управлении общественными отношениями. Информационные ресурсы современного общества и государства. Информационная открытость и разработка веб-ресурсов органов государственной власти. Определение государственных и муниципальных общественных связей. Основные направления и функции. Государственная информационная политика как средство регулирования общественных отношений. Формирование и реализация государственной информационной политики. Цели, задачи, принципы и методы информационной политики. Взаимодействие органов государственной власти и СМИ. Территориальные информационно-аналитические системы в государственном управлении. Основные направления функционирования информационно-аналитических систем: организация оборота информации, работа с информацией, работа с основными социальными субъектами, аналитическая работа, информирование, подготовка, принятие решений. Новые стратегии и тактики коммуникаций.

### 4.3 Практические занятия

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
<b>5 семестр</b>			
1	1.3	Правовое регулирование связей с общественностью государственных органов	2
		Итого:	2
<b>6 семестр</b>			
1	2.1	PR-коммуникации в системе управления общественными отношениями.	2
2	2.2	Организация деятельности по связям с общественностью	2
3	2.3	Общественное мнение как объект формирования в системе общественных связей	2
4	2.4	Управление имиджем и репутацией	2
5	2.5.	Организация отношений со средствами массовой информации	2
		Итого	10

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
<b>5 семестр</b>			
		<b>Всего</b>	<b>12</b>

#### **4.4 Курсовая работа**

Курсовая работа - один из основных видов самостоятельной работы обучающихся, направленный на закрепление, углубление и обобщение знаний по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти», овладение методами научных исследований, формирование навыков решения творческих задач в ходе научного исследования по выбранной обучающимся теме.

Выполнение курсовой работы способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, полученных на теоретических и практических занятиях. Курсовая работа представляет собой законченное самостоятельное исследование, выполненное под руководством преподавателя. В курсовой работе обучающийся демонстрирует полученные им за время обучения знания; применяет теоретические положения к решению практических вопросов; четко и логично формулирует свои мысли, предложения и рекомендации по исследуемой теме.

## Темы курсовых работ

1. Связи с общественностью в процессе становления гражданского общества: функции, формы и методы реализации в органах исполнительной власти.
2. Связи с общественностью в системе коммуникативного менеджмента.
3. Модели связей с общественностью и особенности их практического применения.
4. Особенности создания информационного продукта: анализ Интернет-мемов.
5. Мемы как эффективный интернет-феномен в рекламе.
6. Применение SWOT-анализа в связях с общественностью: анализ практик
7. Средства массовой коммуникации и их применение в PR-деятельности.
8. Организация взаимодействия со СМИ: технологии PR.
9. Пресс-релиз как важнейшая составляющая работы специалиста по связям с общественностью.
10. Роль СМИ в избирательной системе России.
11. Рынок печатной рекламы: современное состояние и тенденции.
12. Механизмы управления общественным мнением: анализ практик.
13. Механизмы управления публичным имиджем: анализ практик.
14. Специфика media relations в органах власти.
15. Особенности коммуникаций органов власти с общественными и религиозными объединениями.
16. Общественная палата РФ, общественные советы, иные совещательные и консультативные органы как элементы государственных PR.
17. Место и роль PR-технологий во взаимоотношениях органов власти и политических объединений.
18. Публичные массовые мероприятия как элемент PR-деятельности органов власти и политических объединений.
19. Связи с общественностью в избирательном процессе: анализ практик.
20. Государственная информационная политика и её роль в деятельности PR-служб.
21. Роль PR в формировании имиджа политического лидера.
22. Современные технологии формирования публичного имиджа политика: анализ практик.
23. Government relations: принципы лоббистской деятельности.
24. Антикризисные PR в контексте государственного управления.
25. Методы и технологии проведения кампаний по связям с общественностью при продвижении Интернет-проектов.
26. Продвижение брендов: визуальное сопровождение, каналы коммуницирования и психографика.
27. Продвижение бренда компании методами PR (на материале конкретной компании/организации).
28. Организация событий как PR-технология: анализ практик.

29. Роль современных технологий в трансляции рекламы в СМИ.
30. Российский рынок PR-услуг: основные участники и особенности
31. Особенности наружной рекламы и эффективность её использования: анализ практик.
32. Рекламная кампания в Интернете: анализ практик
33. Социальные сети как инструмент PR в политике
34. Психосемантика рекламы: анализ практик
35. Социальная сеть Instagramm как инструмент Интернет-коммуникации
36. Слоган как элемент бренда: анализ практик.
37. Структура общественного мнения и его использование в PR.
38. Методы воздействия на общественное мнение в PR-деятельности.
39. Ситуационный анализ как основа планирования в PR-кампании.
40. Бренд и брендинг в PR: анализ практик.
41. Публичное выступление: особенности подготовки и проведения в PR
42. Создание имиджа как основа PR-деятельности.
43. Информационное соперничество как составная часть PR.
44. Организация PR в кризисных ситуациях: анализ практик.
45. Исследовательский сегмент в корпоративных PR: качественные и количественные методы сбора и анализа информации.
46. Роль и место социологических опросов в подготовке и планировании PR-кампаний.
47. Мониторинг общественного мнения в ходе PR-кампаний и его влияние на тактику PR-кампании.
48. Новостное событие и его использование в PR-кампании.
49. Избирательные технологии в политических PR-кампаниях: анализ практик.
50. Социологические исследования как источник спектра политических ориентаций электората.
51. Особенности коммуникативного поведения PR-специалистов в ходе кризисных PR-кампаний.
52. Связи институтов власти с общественностью в системе социальных коммуникаций.
53. Связи с общественностью в системе социального управления.
54. Институционализация публич рилейшнз в современном российском обществе.
55. Коммуникации в дискурсах медиапространства.

## **5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **5.1 Основная литература**

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. -3-е изд.,

перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 343 с. -Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/766813>

2. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. -3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2017. -343 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/766813>

3. Ефанов, А. А. Общество во власти медиапроцессов: монография / А.А. Ефанов. - Москва: ИНФРА-М, 2021. -189 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1140665>

4. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: учебное пособие. - Москва: ИНФРА-М, 2021.-288 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1226832>

## 5.2 Дополнительная литература

1. Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П.А. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. -127 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028537>

## 5.3 Периодические издания

1. «Альманах Лаборатория рекламы, маркетинга и Public Relations»: научно-практический журнал//– Режим доступа: <http://prosmi.ru/catalog/1887>

2. Журнал «Пресс-служба»//– Режим доступа: <http://www.press-service.ru>

3. Журнал «Служба PR»// – Режим доступа: <http://panor.ru/magazines/sluzhba-pr.html>

4. PR в России: практический журнал//– Режим доступа: <http://www.prjournal.ru>

5. Журнал «Связи с общественностью в государственных структурах» //– Режим доступа: <http://gospr.ru>

6. Журнал «Со-общение» //– Режим доступа: <http://www.soob.ru/>

7. Журнал «Корпоративная имиджеология»//– Режим доступа: <http://www.ci-journal.ru>

8. Журнал «Рекламные технологии»/ – Режим доступа: <http://www.rectech.ru>

9. Электронный научный журнал «Медиаскоп» //– Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/12>

## 5.4 Интернет-ресурсы

1. Информационный портал «PR-Life»// – Режим доступа: <http://pr-life.com>
2. Информационный сайт политических комментариев //Режим доступа: <http://www.politcom.ru/>
3. Коммуникационное агентство «Международный пресс-клуб» //– Режим доступа: <http://www.pr-club.com>
4. Официальный сайт Президента Российской Федерации- Режим доступа: <http://kremlin.ru/>
5. Официальный портал Правительства Российской Федерации. - Режим доступа: <http://government.ru/>
6. Официальный сайт Председателя Правительства Российской Федерации. - Режим доступа: <http://premier.gov.ru/>
7. Официальный сайт Главы Республики Башкортостан. – Режим доступа: <https://glavarb.ru/rus/>
8. Официальный сайт Правительства Республики Башкортостан. - Режим доступа: <https://pravitelstvorb.ru/ru/>
9. Российская Ассоциация по связям с общественностью//–Режим доступа: <https://www.raso.ru>
10. Справочно-информационное web-издание PR-info//– Режим доступа: <http://www.pr-info.ru>
11. PR-агентство «ИМА-консалтинг». – Режим доступа: <http://ima-consulting.ru/>
12. «PRonline.ru» - новости PR//– Режим доступа: <https://www.pronline.ru>
13. «4p.ru»- электронный журнал о маркетинге и рекламе//– Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/index.php>

## 5.5 Методические указания к практическим занятиям

Практические занятия по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» предполагают, как рассмотрение теоретических парадигм, так и анализ конкретных практических вопросов в рамках изучаемой дисциплины. В фонде оценочных средств приводятся задания, кейс-задачи, которые составляют основу практических занятий, проводимых в интерактивной форме.

## 5.6 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовая работа должна иметь научно-исследовательский характер. Оригинальность постановки и решения конкретных вопросов в соответствии с проблематикой исследования является основополагающим критерием оценки качества курсовой работы.

По завершении обучающимся курсовая работа рецензируется руководителем. Рецензия на курсовую работу включает в себя: оценку

соответствия содержания курсовой работы заявленной теме и плану; оценку качества выполнения курсовой работы (полнота раскрытия темы, характеристика качества теоретической и практической частей работы, степень самостоятельности выполнения работы, использование источников и литературы по теме и др.); оценку соответствия оформления курсовой работы предъявляемым требованиям; недостатки, замечания по курсовой работе; заключение о допуске курсовой работы к защите и рекомендуемой оценке.

Курсовая работа подлежит процедуре защиты. В процессе защиты курсовой работы обучающийся должен кратко изложить содержание работы, сделать выводы, дать исчерпывающие ответы на вопросы и замечания рецензента. Окончательная оценка по курсовой работе выставляется на основе качества выполненной работы и результатов ее защиты.

## **5.7 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий**

В образовательном процессе применяются аудитории 205, 310.

Аудитория 310.

Приложение: Microsoft Office 2010 Standart (договор поставки программного обеспечения № 178-ПО/2010 от 30.11.2010 г. (ООО "Абсолют-Информ"). Кол-во лицензий: 55 шт.)

Microsoft Office Professional Plus 2007 (договор поставки программного обеспечения № 007-ПО/2009 от 24.11.2009 г. (ООО "Абсолют-Информ"). Кол-во лицензий: 37 шт.)

Учебные программы:

- Деловая игра "Бизнес-курс. Максимум. Фирма" (договор № 110622/1 от 22.06.2011 г. на предоставление неисключительных (пользовательских) прав на программу для ЭВМ (ООО "Высшие компьютерные курсы бизнеса"). Кол-во лицензий: 10 шт.)

- Microsoft Vizio Standart 2007 (договор поставки программного обеспечения № 028 – ПО/2009 от 10.12.2009 г (ООО "Аир-Информ"). Кол-во лицензий: 12 шт.)

- СПС "Консультант Плюс" (соглашение об информационной поддержке от 09.06.2016 г. (ООО Компания права "Респект", РИЦ 33. Кол-во лицензий: сетевая версия (неограниченно))

- СДО "Прометей" (лицензия на право использования ПО по договору поставки программного обеспечения № 1/БАГСУ/02/07 от 14.03.2007 г. (ООО "Виртуальные технологии в образовании"). Кол-во лицензий: сетевая версия (неограниченно)).

## **6 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лекционные и практические занятия будут проходить в специализированных аудиториях, которые оборудованы необходимым информационным обеспечением.

Аудитория 205.

Доска – классная -1 шт.

Доска белая магнитная M007100281 - 1 шт.

Герб РФ и РБ.

Флаги РФ и РБ.

Слова гимна РФ и РБ.

Трибуна настольная - 1 шт.

56 посадочных мест.

Аудитория 310.

Персональный компьютер – 13 шт. с выходом в Интернет.

Доска маркерно-магнитная TZ 7484- 1 шт.

Доска классная -1 шт.

29 посадочных мест.

**Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Изучение дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» включает в себя лекционные и практические занятия, написание курсовой работы, а также самостоятельную работу обучающихся.

Лекционные занятия предназначены для теоретического осмысления и обобщения сложных разделов курса, которые освещаются, в основном, на проблемном уровне.

На практических занятиях предполагается рассмотрение теоретических парадигм и анализ конкретных практических вопросов в рамках изучаемой дисциплины. Обучающимся будут предложены задания, которые будут нацелены на выработку навыка аналитического мышления, аргументированного изложения своей точки зрения, способности вести диалог с участниками дискуссий.

Учебные занятия проводятся в форме контактной работы (аудиторной и внеаудиторной) и самостоятельной работы обучающихся.

В рамках изучения дисциплины предусмотрено применение инновационных форм при проведении учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий).

**Работа с рекомендованной литературой.** При работе с основной и дополнительной литературой целесообразно придерживаться такой последовательности. Сначала прочитать весь заданный текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом материале, понять общий смысл прочитанного. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом. Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать. План – это схема прочитанного материала, перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов: - план-конспект – это развернутый детализированный план, в котором по наиболее сложным вопросам даются подробные пояснения, - текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника, - свободный конспект – это четко и кратко изложенные основные положения в результате глубокого изучения материала, могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом, - тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и

дает ответ по изучаемому вопросу. В процессе изучения материала источника и составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым и удобным для работы.

**Подготовка к практическим занятиям.** Для успешного освоения материала обучающимся рекомендуется сначала ознакомиться с учебным материалом, изложенным в лекциях и основной литературе, затем выполнить самостоятельные задания, при необходимости обращаясь к дополнительной литературе. При подготовке к практическому занятию можно выделить 2 этапа: организационный и закрепление/ углубление теоретических знаний. На первом этапе обучающийся планирует свою самостоятельную работу, которая включает в себя: - выделение тем на самостоятельную работу; - подбор рекомендованной литературы; - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку обучающегося к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его наиболее важная и сложная часть, требующая пояснений преподавателя в процессе контактной работы с обучающимися. Остальная его часть восполняется в ходе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. При этом необходимо обратить внимание на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы обучающийся должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам и структурировать изученный материал. Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1-2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов.

**Выполнение заданий** нацелено на выработку навыка аналитического мышления, аргументированного изложения своей точки зрения, способности вести диалог с участниками дискуссий. Выполнение заданий позволяет оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.

**Подготовка к зачету и к экзамену.** При подготовке к зачету и экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рабочую программу дисциплины, фонд оценочных средств, нормативную, учебную и рекомендуемую литературу. Подготовка обучающегося к зачету и к экзамену включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка по темам курса; подготовка к ответу на вопросы.