

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

МН



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Технологии связей с общественностью (Технологии связей с
общественностью в сфере государственного управления)»

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

«22» апреля 2020 г.

МП



Программа учебной дисциплины «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

к.хим.н., доцент

В.П. Безродный

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой.

И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета

Н. А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Дисциплина «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)» является базовой дисциплиной профессионального цикла подготовки специализированных кадров, которая соотносится с основными принципами государственного образовательного стандарта (ГОС ВПО); является обязательной при реализации основных образовательных программ подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Освоение дисциплины «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)» является необходимой составляющей в процессе подготовки профессиональных кадров.

Изучение дисциплины базируется на знаниях, полученных студентами при изучении следующих дисциплин: Связи с общественностью, Политология, Социология, Психология. Студент должен владеть понятийным аппаратом общественных наук, методами теоретического анализа общественных процессов, знать сущность государственной власти и местного самоуправления, направлений их реформирования, иметь навыки аналитической работы, уметь четко донести до аудитории необходимую информацию.

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)», являются необходимыми для дальнейшего углубленного изучения различных видов PR-деятельности, понимания специфики подготовки материалов для печати, радио, телевидения, осмысления особенностей работы пресс-службы, дальнейшей профессиональной и творческой ориентации студентов, участия в профессионально-творческих практикумах, прохождения производственной практики и, как результат, осознанного выбора своей будущей определенной сферы деятельности в журналистике. Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	бакалавр	
Количество содержательных модулей	8	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина базовой части профессионального блока	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	МК, экзамен	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4	4
Год подготовки	2	2
Семестр	4	-
Количество часов	144	144
- лекционных	30	6
- практических, семинарских	30	6
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	84	132
в т.ч. индивидуальное задание	-	-
Недельное количество часов,	9,6	-
в т.ч. аудиторных	4	-

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели и задачи

Целью освоения учебной дисциплины «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)» является ознакомление студентов с основными подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления, овладение теоретическими и аналитическими знаниями, необходимыми для осмысления современных методов и технологий управления связями с общественностью со стороны органов власти.

Задачи:

- усвоить теоретические основы управления общественными отношениями;
- получить комплексное представление о целях, формах и конкретных технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, общественными институтами, бизнесом;
- выработать навыки подготовки и принятия решений, относящихся к управлению связями с общественностью, и адекватного использования стандартных PR-приемов и механизмов по различным аспектам функционирования органов государственной власти и местного самоуправления.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по данному направлению подготовки (профилю):

а) общекультурных (ОК):

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

б) общепрофессиональных (ОПК):

способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

владением знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы/и связей с общественностью (ОПК-2);

умением планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

в) профессиональных (ПК):

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;
- способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения.

уметь:

- анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;
- собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство;

владеть:

- практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью;
- технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;
- навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей;
- навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
<i>Содержательный модуль 1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях</i>	
<i>Тема 1.</i> Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	Основные цели: обеспечение гласности, открытости, прозрачности и доступности в работе государственного аппарата и эффективной обратной связи с гражданами и их объединениями. Принципы открытости, законности, оперативности, конструктивности, системности, взаимного уважения.
<i>Тема 2.</i> Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	Информационная, аналитическая, коммуникативная, интегративная, консультативно-методическая, организационная, правовая функции
<i>Тема 3.</i> Место связей с общественностью в органах власти.	Три основных варианта: руководитель подразделения входит в состав руководства организации, подразделение – самостоятельная структура организации, подразделение входит в состав иного структурного образования организации
<i>Тема 4.</i> Структура подразделения по связям с общественностью	Состав: пресс-служба, отдел по связям с общественностью, редакционно-издательский отдел, информационно-аналитический отдел, технический отдел, отдел делопроизводства.
<i>Содержательный модуль 2. Организация работы со средствами массовой информации</i>	
<i>Тема 5.</i> Задачи в обеспечении	Основные задачи: связь со СМИ, отражение в СМИ деятельности организации, разъяснение решений и действий организации,

информационной политики госструктур	формирование имиджа, проведение пресс-конференций и брифингов, подготовка и распространение информационно-аналитических материалов, организация публичных выступлений руководства организации, ведение сайта, противодействие негативной информации.
Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	Взаимодействие с печатными изданиями, телевидением и радио, информагентствами и интернет-СМИ. Основные жанры для освещения деятельности органов власти.
Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	Критическая информация. Искаженная информация. Фальсифицированная информация. Клеветническая информация. Опровержение информации.
Содержательный модуль 3. Особенности работы с интернет-коммуникациями	
Тема 8. Организация и ведение официального сайта	Карта официального сайта. Функциональные особенности сайта. Наполнение официального сайта.
Тема 9. Работа с блогами	Блоги как способ подачи социально-значимой информации, как эффективный инструмент ПР. Ведение блога руководителем органа власти.
Тема 10. Работа в социальных сетях	Социальные сети как мощный коммуникационный канал. Создание представителями органов власти групп в блогах.
Содержательный модуль 4. Организация и специфика деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	
Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	Формирование органом власти политики открытости. Технологии контактов с населением.
Тема 12. Работа с внешними организациями	Формы взаимодействия с общественными организациями, творческими союзами, спортивными и культурологическими обществами, религиозными конфессиями.
Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	Организация и проведение конференций, семинаров, круглых столов, собраний. Поддержка работы общественных советов. Организация и участие в работе выставок. Организация и проведение торжеств.
Содержательный модуль 5. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	
Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	Формирование корпоративной культуры. Кодекс корпоративной этики.
Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	Информационное обеспечение. Культурно-массовые, спортивные и развлекательные мероприятия. Корпоративные праздники, конкурсы, турниры. Организация празднования дней рождения сотрудников.
Тема 16. Организация издания печатной продукции	Подготовка и выпуск печатной продукции: листовки, брошюры, буклеты, календари, газеты, книги. Основные этапы: разработка концепции издания, сбор информации для издания,

	систематизация материала и подготовка текста, подбор иллюстративного материала, верстка и печать.
Содержательный модуль 6. Значение организации pr-проектов в органах государственной власти	
Тема 17. PR-проекты в органах власти	PR-проекты как направление по реализации стратегии развития органа власти, повышении имиджа организации.
Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	Презентации, публичные семинары, торжественные события – формы организации и реализации PR-проектов, их роль в повышении имиджа органа власти.
Содержательный модуль 7. Планирование и реализация pr-кампаний	
Тема 19. Первый этап (<i>research</i>): определение проблем и мониторинг социального окружения	Главная задача - устранение элементов неопределенности и неуверенности при принятии решения. Определение и сегментирование целевых групп. Основания и/или проверка эффективности стратегии. Профилактика ситуации, когда «верхи» и «низы» не понимают друг друга. Наблюдение за конкурентами. Обретение известности. Влияние на поведение. Социологические исследования. Информационный и коммуникационный аудит
Тема 20. Второй этап (<i>action</i>): разработка программы и сметы	Стратегическое планирование. Определение целей и задач. Определение целевых и ключевых аудиторий. Определение целевых СМИ. Составление рабочего плана
Тема 21. Третий этап (<i>communication</i>): действие и коммуникация	Метод создания специальных событий. Составление сообщения. Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации
Тема 22. Четвертый этап (<i>evaluation</i>): оценка	Количественные и качественные методы оценки эффективности. Прикладной подход к измерению эффективности. Оценка эффективности отдельных PR-инструментов.
Содержательный модуль 8. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	
Тема 23. Понятие стратегического планирования	Стратегическое планирование устанавливает приоритеты, направления, методы и способы практической деятельности каждого сотрудника в отдельности и коллектива в целом. Функциональная стратегия. Корпоративная стратегия.
Тема 24. Виды и особенности планирования	Перспективное и оперативное планирование. Планирование работы со СМИ. Планирование внутри- и внешнекорпоративной работы.
Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	Социальный и политический анализ. Комплексные, выборочные и факторные аналитические исследования. Перспективные, оперативные и ситуационные аналитические исследования. Статистические, социологические, математические и сравнительные исследования.

Тематический план

Содержательный модуль 1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	В Т.Ч.					всего	В Т.Ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	4	1	1		2		3,5	0,25	0,25		3	
Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	4	1	1		2		3,5	0,25	0,25		3	
Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	4	1	1		2		3,5	0,25	0,25		3	
Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	4	1	1		2		3,5	0,25	0,25		3	
Итого по содержательному модулю 1	16	4	4		8		14	1	1		12	

Содержательный модуль 2. Организация работы со средствами массовой информации												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	В Т.Ч.					всего	В Т.Ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	5	1	1		3		4,5	0,25	0,25		4	
Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	10	2	2		6		9	0,5	0,5		8	
Тема 7. Противодействие	9	2	2		5		7	0,5	0,5		6	

негативной информации СМИ												
Итого по содержательному модулю 2	24	5	5		14		20,5	1,25	1,25		18	

Содержательный модуль 3. Особенности работы с интернет-коммуникациями												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	В Т.Ч.					всего	В Т.Ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа
Тема 8. Организация и ведение официального сайта	5	1	1		3		5,5	0,25	0,25		5	
Тема 9. Работа с блогами	5	1	1		3		6	-	-		6	
Тема 10. Работа в социальных сетях	5	1	1		3		6	-	-		6	
Итого по содержательному модулю 3	15	3	3		9		17,5	0,25	0,25		17	

Содержательный модуль 4. Особенности работы с интернет-коммуникациями												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	В Т.Ч.					всего	В Т.Ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа
Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	5	1	1		3		4,5	0,25	0,25		4	
Тема 12. Работа с внешними организациями	5	1	1		3		4,5	0,25	0,25		4	
Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	5	1	1		3		4,5	0,25	0,25		4	
Итого по содержательному модулю 4	15	3	3		9		13,5	0,75	0,75		12	

Содержательный модуль 5. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	3	0,5	0,5		2		5	-	-		5	
Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	3	0,5	0,5		2		5	-	-		5	
Тема 16. Организация издания печатной продукции	6	1	1		4		5,5	0,25	0,25		5	
Итого по содержательному модулю 5	12	2	2		8		15,5	0,25	0,25		15	

Содержательный модуль 6. Значение организации pr-проектов в органах государственной власти												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 17. PR-проекты в органах власти	5	1	1		3		4,5	0,25	0,25		4	
Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	5	1	1		3		4,5	0,25	0,25		4	
Итого по содержательному модулю 6	10	2	2		6		9	0,5	0,5		8	

Содержательный модуль 7. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях											
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов										
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения				
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.			
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа
Тема 19. Первый этап (<i>research</i>): определение проблем и мониторинг социального окружения	9	2	2		5		9	0,5	0,5		8
Тема 20. Второй этап (<i>action</i>): разработка программы и сметы	9	2	2		5		9	0,5	0,5		8
Тема 21. Третий этап (<i>communication</i>): действие и коммуникация	9	2	2		5		8,5	0,25	0,25		8
Тема 22. Четвертый этап (<i>evaluation</i>): оценка	9	2	2		5		8,5	0,25	0,25		8
Итого по содержательному модулю 7	36	8	8		20		35	1,5	1,5		32

Содержательный модуль 8. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах											
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов										
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения				
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.			
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа
Тема 23. Понятие стратегического планирования	6	1	1		4		6,5	0,25	0,25		6
Тема 24. Виды и особенности планирования	5	1	1		3		6,5	0,25	0,25		6
Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	5	1	1		3		6	-	-		6

Итого по содержательному модулю 8	16	3	3		10		19	0,5	0,5		18	
Всего часов по модулю	144	30	30		84		144	6	6		132	

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	1
2	Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	1
3	Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	1
4	Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	1
5	Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	1
6	Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	2
7	Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	2
8	Тема 8. Организация и ведение официального сайта	1
9	Тема 9. Работа с блогами	1
10	Тема 10. Работа в социальных сетях	1
11	Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	1
12	Тема 12. Работа с внешними организациями	1
13	Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	1
14	Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	0,5
15	Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	0,5
16	Тема 16. Организация издания печатной продукции	1
17	Тема 17. PR-проекты в органах власти	1
18	Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	1
19	Тема 19. Первый этап (<i>research</i>): определение проблем и мониторинг социального окружения	2
20	Тема 20. Второй этап (<i>action</i>): разработка программы и сметы	2
21	Тема 21. Третий этап (<i>communication</i>): действие и коммуникация	2
22	Тема 22. Четвертый этап (<i>evaluation</i>): оценка	2
23	Тема 23. Понятие стратегического планирования	1
24	Тема 24. Виды и особенности планирования	1
25	Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	1
	ВСЕГО	30

Темы практических занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	1
2	Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	1
3	Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	1
4	Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	1
5	Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	1
6	Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	2
7	Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	2
8	Тема 8. Организация и ведение официального сайта	1
9	Тема 9. Работа с блогами	1
10	Тема 10. Работа в социальных сетях	1
11	Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	1
12	Тема 12. Работа с внешними организациями	1
13	Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	1
14	Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	0,5
15	Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	0,5
16	Тема 16. Организация издания печатной продукции	1
17	Тема 17. PR-проекты в органах власти	1
18	Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	1
19	Тема 19. Первый этап (<i>research</i>): определение проблем и мониторинг социального окружения	2
20	Тема 20. Второй этап (<i>action</i>): разработка программы и сметы	2
21	Тема 21. Третий этап (<i>communication</i>): действие и коммуникация	2
22	Тема 22. Четвертый этап (<i>evaluation</i>): оценка	2
23	Тема 23. Понятие стратегического планирования	1
24	Тема 24. Виды и особенности планирования	1
25	Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	1
	ВСЕГО	30

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Организация самостоятельной работы студентов (соответственно данным в таблице тематического плана)

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	2
2	Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	2
3	Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	2
4	Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	2
5	Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	3
6	Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	6
7	Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	5
8	Тема 8. Организация и ведение официального сайта	3
9	Тема 9. Работа с блогами	3
10	Тема 10. Работа в социальных сетях	3
11	Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	3
12	Тема 12. Работа с внешними организациями	3
13	Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	3
14	Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	2
15	Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	2
16	Тема 16. Организация издания печатной продукции	4
17	Тема 17. PR-проекты в органах власти	3
18	Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	3
19	Тема 19. Первый этап (<i>research</i>): определение проблем и мониторинг социального окружения	5
20	Тема 20. Второй этап (<i>action</i>): разработка программы и сметы	5
21	Тема 21. Третий этап (<i>communication</i>): действие и коммуникация	5
22	Тема 22. Четвертый этап (<i>evaluation</i>): оценка	5
23	Тема 23. Понятие стратегического планирования	4
24	Тема 24. Виды и особенности планирования	3
25	Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	3
	ВСЕГО	84

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ (если предусмотрено программой) Не предусмотрены

8. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Какими факторами обусловлена необходимость наличия служб по связям с общественностью в органах власти?
2. Укажите основные цели служб по связям с общественностью в органах власти?
3. Почему для ПР-служб в органах власти вопросы реализации информационной политики превалируют над вопросами реализации имиджевой политики?
4. Перечислите направления деятельности ПР-служб в органах власти.
5. Опишите принципы работы ПР-служб в органах власти.
6. Каковы функции деятельности ПР-служб в органах власти?
7. Опишите основные возможные варианты места ПР-служб в органах власти. Укажите позитивные и негативные стороны каждого из возможных вариантов.
8. Опишите типичный вариант стандартной структуры ПР-службы.
9. Каковы основные задачи пресс-службы в составе ПР-структуры?
10. Каковы основные задачи отдела по связям с общественностью в составе ПР-структуры?
11. Каковы основные функции редакционно-издательского отдела в составе ПР-службы?
12. Каковы основные функции информационно-аналитического отдела в составе ПР-службы?
13. Какие задачи должна решать ПР-структура органа власти для реализации информационной функции?
14. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с печатными СМИ? Какие жанры наиболее предпочтительны для освещения деятельности органов власти в печатных СМИ и почему?
15. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с телерадиокомпаниями? Какие жанры наиболее предпочтительны для освещения деятельности органов власти в телерадиоэфире и почему?
16. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с интернет-изданиями?
17. Назовите и кратко охарактеризуйте основные виды негативной информации.
18. Что такое критическая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
19. Что такое искаженная информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
20. Что такое фальсифицированная информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
21. Что такое клеветническая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?

9. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

(образец варианта и критерии оценивания)

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Программа подготовки:	бакалавриат
Семестр	7-й

Учебная дисциплина

«Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)»

МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

ВАРИАНТ №1

1. Какими факторами обусловлена необходимость наличия служб по связям с общественностью в органах власти?
2. Каковы основные функции редакционно-издательского отдела в составе ПР-службы?
3. Назовите и кратко охарактеризуйте основные виды негативной информации.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Преподаватель

И.М. Артамонова
В.П. Безродный

Критерии оценивания модульного контроля

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	5
2	5
3	5
Всего	15 баллов

10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

(теоретические вопросы к экзамену, образец билета и критерии оценивания)

Теоретические вопросы к экзамену

1. Какими факторами обусловлена необходимость наличия служб по связям с общественностью в органах власти?
2. Укажите основные цели служб по связям с общественностью в органах власти?
3. Почему для ПР-служб в органах власти вопросы реализации информационной политики превалируют над вопросами реализации имиджевой политики?
4. Перечислите направления деятельности ПР-служб в органах власти.
5. Опишите принципы работы ПР-служб в органах власти.
6. Каковы функции деятельности ПР-служб в органах власти?
7. Опишите основные возможные варианты места ПР-служб в органах власти. Укажите позитивные и негативные стороны каждого из возможных вариантов.
8. Опишите типичный вариант стандартной структуры ПР-службы.
9. Каковы основные задачи пресс-службы в составе ПР-структуры?
10. Каковы основные задачи отдела по связям с общественностью в составе ПР-структуры?
11. Каковы основные функции редакционно-издательского отдела в составе ПР-службы?
12. Каковы основные функции информационно-аналитического отдела в составе ПР-службы?
13. Какие задачи должна решать ПР-структура органа власти для реализации информационной функции?

14. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с печатными СМИ? Какие жанры наиболее предпочтительны для освещения деятельности органов власти в печатных СМИ и почему?
15. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с телерадиокомпаниями? Какие жанры наиболее предпочтительны для освещения деятельности органов власти в телерадиоэфире и почему?
16. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с интернет-изданиями?
17. Назовите и кратко охарактеризуйте основные виды негативной информации.
18. Что такое критическая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
19. Что такое искаженная информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
20. Что такое фальсифицированная информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
21. Что такое клеветническая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
22. Что такое официальный сайт органа власти? Каковы функции официального сайта?
23. Опишите типовую структуру официального сайта органа государственной власти. Каковы функциональные и художественные особенности официального сайта?
24. Каковы особенности работы связей с общественностью в органах власти с блогами?
25. Каковы особенности работы связей с общественностью в органах власти с соцсетями?
26. Каковы особенности работы ПР-служб в органах власти с общественностью?
27. Каковы функции ПР-отделов в работе с общественностью и основные технологии взаимодействия?
28. Опишите основные формы взаимодействия органов власти с общественными организациями?
29. Какие специальные мероприятия могут проводиться в органах власти?
30. Опишите основные этапы подготовки к проведению специальных мероприятий.
31. Опишите примерный порядок проведения торжественного мероприятия.
32. Что такое корпоративная культура в органе власти и какое значение она имеет для организации его работы?
33. Какие внутрикорпоративные мероприятия могут проводиться в органах власти?
34. Укажите основные виды издательской продукции в органах власти и поводы для их издания
35. Назовите основные этапы подготовки издательской продукции
36. Обоснуйте необходимость и значимость осуществления ПР-проектов (ПР-акций) в госучреждениях.
37. Какие типичные ПР-проектов (ПР-акции) проводятся органами власти?
38. Опишите основные этапы планирования проведения ПР-проектов (ПР-акций).
39. Что такое формула RACE, характеризующая проектный подход к реализации ПР-проектов?
40. Какие задачи решаются в ходе первого этапа – этапа исследований (*research*) в процессе проектирования ПР-деятельности?
41. Формулировка проблемы, определение внутренних и внешних факторов как этапы исследований (*research*).
42. Социологические исследования как важнейший инструмент изучения сложившейся ситуации в ходе ПР-проектирования. Качественные и количественные исследования.

43. Опишите кабинетные и полевые исследования, их основные формы и источники информации, используемые в ходе ПР-проектирования.
44. Опишите информационный и коммуникационный аудит как методы сбора информации в ходе ПР-проектирования.
45. Опишите содержание второго этапа – этапа разработки программы и сметы (*action*) ПР-проектирования.
46. Что такое стратегическое планирование? Как определяются цели и задачи при ПР-проектировании?
47. Какие подходы используются при определении целевых СМИ в ходе ПР-проектирования? Предложите форму подготовки рабочего плана при ПР-проектировании.
48. Опишите содержание третьего этапа – этапа действия и коммуникации (*communication*) ПР-проектирования. Что такое контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации, которые используются в ходе реализации ПР-проектов? Что такое метод третьей партии?
49. Опишите содержание четвертого этапа – этапа оценки (*evaluation*) результатов реализации ПР-проектов. Количественные и качественные методы оценки эффективности.
50. Виды и особенности планирования работы ПР-подразделения.
51. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью.

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Программа подготовки: **бакалавриат**

Семестр **7-й**

Учебная дисциплина **«Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)»**

БИЛЕТ №1

1. Какими факторами обусловлена необходимость наличия служб по связям с общественностью в органах власти?
2. Что такое критическая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
3. Назовите основные этапы подготовки издательской продукции.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Экзаменатор

И.М. Артамонова
В.П. Безродный

Критерии оценивания экзамена

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	17
2	17

3	16
Всего	50 баллов

11. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ (при наличии)

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

*Распределение баллов, которые могут получить студенты
в процессе изучения дисциплины*

Организационно- учебная работа студента	СРС		Экзамен	Всего
	Индивидуальная работа	Модульный контроль		
Мах 25 баллов	мах 10 баллов	мах 15 баллов	мах 50 баллов	100 баллов

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Оборудованная аудитория для проведения лекционных и семинарских занятий.
Рабочие места для студентов в соответствии с их количеством.
Ноутбук, мультимедийный проектор.

14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
<i>Основная литература</i>			
1.	Козлов, С. В. Связи с общественностью в органах власти : учеб. пособие / С. В. Козлов ; РАНХиГС,		+

	Сиб. ин-т упр. — Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. — 198 с.		
2.	Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 190 с.		+
3.	Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учеб. / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — М. : ИНФРА-М, 2013. — С. 212—320.		+
4.	Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / Г.А. Борщевский. — М. : Изд-во Юрайт, 2019. — 267 с.		+
5.	Васильева, М. М. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.]. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 495 с.		+
<i>Дополнительная литература</i>			
6.	Подобед, Д.А. Пресс-служба. Связи с общественностью в органах власти: учеб. пособие / Д.А. Подобед, А.О. Каткало, Д.А. Боброва; ФГБОУ ВО РГУПС. — Ростов н/Д, 2016. — 139 с.		+
7.	Чашихин, Б.Д. Связи с общественностью в органах власти: учебник / Б.Д. Чашихин. — М. : Изд-во Юрайт, 2016. — 267 с.		+

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

(с указанием названия и полного электронного адреса)

Юрайт. Образовательная платформа. <https://urait.ru>

ЛитРес. <https://www.litres.ru>

Cyberleninka. <https://cyberleninka.ru>

Электронная библиотека bookz.ru. <https://bookz.ru>

16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании _____ с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от «____» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____