

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ» (ТУСУР)**

Кафедра автоматизации обработки информации (АОИ)

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

Методические указания к практическим занятиям
и организации самостоятельной работы
для студентов направления
«Государственное и муниципальное управление»
(уровень бакалавриата)

Ермакова Наталия Владимировна

Связи с общественностью в органах государственной власти: Методические указания к практическим занятиям и организации самостоятельной работы для студентов направления «Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата) / Н.В. Ермакова – Томск, 2018. – 30 с.

© Томский государственный
университет систем управления
и радиоэлектроники, 2018©

Ермакова Н.В., 2018

Оглавление

1 Введение.....	3
2 Методические указания к проведению практических занятий.....	6
3 Методические указания для организации самостоятельной работы.....	18
4. Примерный перечень вопросов к экзамену по всему курсу.....	27
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	29

1 Введение

«Связи с общественностью в органах государственной власти» – это теоретическая и прикладная дисциплина, изучающая особенности и закономерности взаимодействия общества и государственных институтов, коммуникации различных субъектов общественных отношений с гражданами и социально-общественными организациями, муниципальными и госучреждениями, осуществляемые службами связей с общественностью в госструктурах в целях обеспечения демократии, гласности, усиления роли общественного контроля в государстве. Данная дисциплина интегрирует знания основ социологии, политологии, философии, психологии, журналистики, культурологи, теории и практики связей с общественностью.

Целью преподавания дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» является формирование у студентов теоретических знаний в области связей с общественностью, а также практических навыков эффективного взаимодействия представителей органов государственной власти и местного самоуправления с различными целевыми аудиториями.

Задачи дисциплины:

- освоение основополагающих понятий теории связей с общественностью в соответствии с классической моделью коммуникационного процесса;
- освоение современных технологий коммуникационного менеджмента в деятельности органов власти, политике, особенностей работы ПР-служб в кризисных ситуациях;
- формирование практических навыков применения современных методов управления коммуникациями в сфере государственного и муниципального управления.

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

знать: принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями и общественными организациями; способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных 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, органи-

зации 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.

2. Методические рекомендации к проведению практических занятий

2.1. Общие положения

Подготовка к практическим занятиям ведется по планам занятий, включающим выносимые на обсуждение вопросы и список рекомендованной к изучению литературы.

Семинар помогает студенту обеспечить углубленное изучение наиболее сложных разделов учебного курса. В ходе занятий достигается цель: закрепить знания, полученные студентами на лекциях, а также в ходе самостоятельного изучения рекомендованной учебной литературы и источников.

Посещение практических занятий и активное участие в них обязательно. Студенты, не явившиеся на семинар, обязаны пройти индивидуальное собеседование или выполнить письменную работу по пропущенной теме.

В течение семестра студенты выполняют две контрольные работы по темам «Средства массовой информации в деятельности по связям с общественностью» и «Связи с общественностью в органах власти».

Студенты, не выполнившие либо выполнившие неудовлетворительно отдельные задания, предусмотренные для семинарских занятий, а также пропустившие и своевременно не отработавшие пропущенные занятия, обязаны отработать свои задолженности в дни, установленные кафедрой.

2.2 Практическое занятие «Связи с общественностью (Public relations) как социальный феномен»

1. Основные подходы к пониманию сущности PR.
2. PR и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, маркетинг, журналистика, лоббирование): сходства и отличия.
3. Функции PR.
4. Основные принципы PR-деятельности.
5. Американский опыт развития деятельности по связям с общественностью.
6. Становление российского рынка PR-услуг в России.
7. Исторические модели PR-коммуникаций.

Самостоятельная работа на практическом занятии:

Заполнить таблицу, отражающую различия по содержанию и форме реализации следующих практических моделей PR-коммуникаций: пресс-агентская,

информирование общественности, двусторонняя асимметричная коммуникация, двусторонняя симметричная коммуникация:

Характеристика	Пресс-агентская модель (1900-1930 гг.)	Информирование общественности (1930–1950 гг.)	Двусторонняя асимметричная модель (1950–1980 гг.)	Двусторонняя симметричная (1980 – н.в.)
Цель				
Структура коммуникации				
Характер исследования общественно-го мнения				
Применение на практике				

Литература по теме

1. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В.А. Ачкасова [и др.]; под ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblionline.ru/viewer/86E23D80-C0C6-4597-9A2F-46E7530CDA58/svyazi-s-obschestvennostyu-kak-socialnaya-inzheneriya#page/2>.
2. Связи с общественностью: учебное пособие / С.А. Варакута. — М.: Инфра-М, 2013. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=371726>.
3. Кривоносов А.Д. Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. — СПб: Питер, 2012.
4. Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для вузов / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров; Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации. - М.: Дело, 2004.

2.3 Практическое занятие «Общественность и общественное мнение»

1. Типология групп общественности.
2. Целевые группы общественности.
3. Ситуационная теория общественности Дж. Грюнига.
4. Различные подходы в определении групп общественности.
5. Формирование общественного мнения.
6. Работа с лидерами общественного мнения.
7. Изучение общественного мнения.

Литература по теме

1. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В.А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/86E23D80-C0C6-4597-9A2F-46E7530CDA58/svyazi-s-obschestvennostyu-kak-socialnaya-inzheneriya#page/2>.
2. Франц В.А. Управление общественным мнением: учебное пособие для академического бакалавриата / В.А. Франц. — М.: Издательство Юрайт, 2018. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/0CAA48DB-3738-456A-925B-0C7DF641998A/upravlenie-obschestvennym-mneniem#page/3>.
3. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: учебное пособие / Э.В. Кондратьев — Изд. 2-е, испр. и доп. — М.: Академический проспект, 2004.

2.4 Практическое занятие «Планирование и реализация программ по связям с общественностью»

1. Определение PR-кампании, ее отличие от PR-акции. Причины проведения PR-кампаний.
2. Типология PR-кампаний (по продолжительности, по масштабу реализации, по характеру и тактике реализации).
3. Четыре этапа PR-кампании (формула RACE).
4. Основные компоненты PR-кампании (тема или слоган, цели и задачи, целевые аудитории, ключевые сообщения, стратегия и тактика, график, бюджет, контроль).
5. Исследования в деятельности по связям с общественностью.
6. Средства PR-деятельности.
7. Технология организации специальных мероприятий
 - А) презентации;
 - Б) выставки и ярмарки;
 - В) фестивали;

- Г) другие.
8. Оценка эффективности PR-кампании.
 9. Анализ любой PR-кампании.

Литература по теме

1. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / А.А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8/organizaciya-i-provedenie-kampaniy-v-sfere-svyazey-s-obschestvennostyu#page/1>.
2. www.pr-club.com – сайт Международного пресс-клуба (раздел PR-библиотека) → «Работы по PR»).
3. 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, 2018. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=952106>.
4. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / А.Н. Чумиков. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — <https://biblio-online.ru/viewer/849E155B-35CD-4022-8918-586BEBD44193/svyazi-s-obschestvennostyu-praktikum#page/1>.

2.5 Практическое занятие «Средства массовой информации в связях с общественностью»

1. Особенности массовой коммуникации.
2. Практическая классификация средств массовой информации (СМИ).
3. Новость и ньюсмейкинг в связях с общественностью.
4. Управление информацией и спин-докторинг.
5. Принципы взаимоотношений PR-специалистов с журналистами. Основные положения Закона РФ «О средствах массовой информации».
6. Формы коммуникаций со СМИ:
 - а) пресс-релиз и другие медиадокументы;
 - б) мероприятия для журналистов (информационные и имиджевые).
7. Государственное регулирование деятельности СМИ: зарубежный и российский опыт.

8. Организация работы современной пресс-службы: цели, направления работы, структура пресс-службы. Роль пресс-секретаря в организации связей с общественностью.

9. Выступление в СМИ в роли представителя организации (правила устного публичного выступления; образ выступающего; особенности речи и правила поведения перед микрофоном и телекамерой).

10. Деловая игра «Суд над СМИ (положительные и отрицательные стороны СМИ)».

Цель игры: определить положительное и отрицательное воздействие средств массовой информации на поступки, мысли человека, на становление и когнитивное развитие личности.

Порядок проведения работы: все студенты группы условно делятся на две подгруппы, в каждой подгруппе выбирается по два человека – представители обвинения и представители защиты, и каждый предварительно получает задание: сформировать свою позицию относительно влияния СМИ и аргументированно изложить ее на занятии. В течение занятия учащиеся будут исследовать проблему влияния СМИ на жизнь современного общества, определять положительные и отрицательные стороны, а концу занятия вынесут свое решение: положительно или отрицательно влияют СМИ на развитие личности, имеют ли право СМИ на существование в современном обществе. Само занятие проходит в виде судебного заседания: избирается судья, который предоставляет право голоса представителям защиты и обвинения, выслушивает свидетелей защиты и обвинения и выносит вердикт. Остальные студенты выполняют функции присяжных заседателей. Также несколько человек получают особое задание: проводят социологический опрос присутствующих и к концу занятия обрабатывают его и сообщают результаты.

Литература по теме

1. Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации: учебник для академического бакалавриата / В.В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D/sociologiya-massovoy-kommunikacii#page/1>.
2. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В.А. Ачкасова [и др.]; под ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Изда-

тельство Юрайт, 2018. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/86E23D80-C0C6-4597-9A2F-46E7530CDA58/svyazi-s-obschestvennostyu-kak-socialnaya-inzheneriya#page/2>.

3. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учеб. Пособие для студентов вузов / М.В. Гундарин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015.

4. Кривоносов А.Д. Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. – СПб: Питер, 2012.

5. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / А.Н. Чумиков. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — <https://biblio-online.ru/viewer/849E155B-35CD-4022-8918-586BEED44193/svyazi-s-obschestvennostyu-praktikum#page/1>.

6. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Москва: Дашков и К, 2016. — https://e.lanbook.com/book/93373#book_name.

2.6 Практическое занятие «Цели и функции служб по связям с общественностью органов государственной и муниципальной власти»

1. Специфика и направления деятельности государственных служб по связям с общественностью.

2. Основные функции института связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.

3. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан. Власть – население: формы работы, обратная связь.

4. Взаимодействие органов власти с политическими партиями и движениями, некоммерческими организациями.

5. Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровня и органах местного самоуправления.

Литература по теме

1. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=368021>.
2. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата / М.М. Васильева [и др.]; под ред. М.М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/1D8B6D05-1892-46AE-BEAA-EA5E4227DC94/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti#page/1>.
3. Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г.А. Борщевский. — М.: Издательство Юрайт, 2018. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti#page/265>.
4. Управление общественными отношениями: Учебник / В.С. Комаровский, М.Д. Валова, А.Б. Василенко и др; Ред. В. С. Комаровский; Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. – М.: РАГС, 2003.
5. GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.]; под ред. В.А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — М. Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/C0E1AB69-198E-4213-A93A-7FCC48FC9753/gr-i-lobbizm-teoriya-i-tehnologii#page/1>.

2.7 Практическое занятие «Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления»

1. Понятие информационной политики, информационной открытости и прозрачности органов государственной власти и местного самоуправления.

2. Концепция формирования информационного общества в России. Итоги и перспективы формирования модели «отзывчивой» госслужбы.

3. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти.

4. Проблемы международного имиджа России.

5. Групповая дискуссия «Возможности и ограничения Интернет-ресурсов для PR-деятельности органов власти».

Литература по теме

1. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=368021>.
2. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата / М.М. Васильева [и др.]; под ред. М.М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/1D8B6D05-1892-46AE-BEAA-EA5E4227DC94/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti#page/1>.
3. Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г.А. Борщевский. — М.: Издательство Юрайт, 2018. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti#page/265>.
4. 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, 2018. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=952106>.
5. Сидорова А.А. Электронное правительство: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.А. Сидорова. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/A663BEB4-6E4F-4BB5-8354-2EF14440F6BB/elektronnoe-pravitelstvo#page/1>.

2.8 Практическое занятие «Основные компоненты имиджа государственной власти: технологии и методы его продвижения»

1. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти.
2. Критерии отбора составляющих имиджа, разработка его базовых характеристик.
3. Технологии формирования имиджа власти.
4. Стратегия восстановления и укрепления имиджа государственной власти.
5. Современные методы продвижения имиджа государственной власти.
6. Специфика и задачи социальной рекламы.

Литература по теме

1. Селентьева Д.О. Политическая имиджелогия: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д.О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/0F8F01E2-DD0D-4729-A053-667853CA8B38/politicheskaya-imidzhelogiya#page/1>.
2. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=368021>.
3. Вылегжанин Д.А. Введение в политическую имиджелогия [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д.А. Вылегжанин. — Москва: ФЛИНТА, 2014. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/51790#author>.
4. Социальная реклама: Учебное пособие для вузов / Дмитриева Л.М., Бернадская Ю.С., Костылева Т.А.; Под ред. Дмитриева Л.М. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=882785>.

2.9 Практическое занятие «Процесс создания имиджа политика в ходе проведения целевых политических акций»

1. Характеристика основных элементов конструирования имиджа политика.
2. Основные аспекты использования СМИ в политической акции как инструмента формирования общественного мнения.
3. Конструирование средствами СМИ имиджа политического руководителя и государственного служащего.
4. Медиа-стратегии в политических кампаниях. Использование новостей в политических кампаниях.
5. Разбор конкретных примеров формирования имиджа политических лидеров по имиджевым характеристикам: биологическим, коммуникативным, социальным, мифологическим, профессиональным и контекстным.

Литература по теме

1. Селентьева Д.О. Политическая имиджелогия: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д.О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/0F8F01E2-DD0D-4729-A053-667853CA8B38/politicheskaya-imidzhelogiya#page/1>.
2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / А.Н. Чумиков. — М.: Издательство Юрайт,

2018. — <https://biblio-online.ru/viewer/849E155B-35CD-4022-8918-586BEBD44193/svyazi-s-obschestvennostyu-praktikum#page/1>.

3. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: учебное пособие / Э.В. Кондратьев — Изд. 2-е, испр. и доп. — М.: Академический проспект, 2004.

4. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В.А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/86E23D80-C0C6-4597-9A2F-46E7530CDA58/svyazi-s-obschestvennostyu-kak-socialnaya-inzheneriya#page/2>.

2.10 Практическое занятие «Организация и проведение информационных / предвыборных кампаний»

1. Планирование информационной / предвыборной кампании. Штаб кампании и распределение ролей.

2. Методика проведения мониторинга политических предпочтений и электорального поведения общественности.

3. Диагностика политической ситуации и поведения молодежи в условиях социальной напряженности.

4. Разработка стратегии избирательных кампаний с учетом модели электората.

5. Основные технологии формирования политических предпочтений избирателя.

Самостоятельная работа на практическом занятии: «Медиапланирование предвыборной кампании»

Цель работы: Получить практические навыки в составлении медиаплана предвыборной кампании.

Порядок выполнения работы: три или четыре подгруппы, каждая из которых получает задание: самостоятельно разработать медиаплан предвыборной кампании по:

- по выборам депутата Государственной Думы РФ;
- выборам депутата представительного органа субъекта РФ;
- выборам депутата представительного органа местного самоуправления;
- выборам Президента РФ.

Источники – материалы из интернета.

За 30 минут до окончания занятия студенты занимают места в соответствии с участием в группе. Обмениваются подготовленными медиапланами и

по результатам группового обсуждения формируют единый окончательный медиаплан. Каждой подгруппе предоставляется возможность сделать презентацию своих медиапланов. Преподаватель подводит итоги выполнения задания: отмечает сильные и слабые стороны разработанных медиапланов, оценивает презентации и способы аргументации в подгруппах.

Литература

1. Евгеньева Т.В. Психология массовой политической коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т.В. Евгеньева, А.В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/82319636-42EC-4925-A23B-3E21E84A465C/psihologiya-massovoy-politicheskoy-kommunikacii#page/1>.
2. Чуев С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С.В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/0FEC81B2-B73C-4ED4-94C7-DBC0DBC89B5D/politicheskij-menedzhment-kommunikativnye-tehnologii#page/1>.
3. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / А.А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8/organizaciya-i-provedenie-kampaniy-v-sfere-svyazey-s-obschestvennostyu#page/1>.

2.11 Практическое занятие «Антикризисные связи с общественностью»

1. Определение кризиса. Типология кризисов.
2. Процесс управление проблемами (антикризисная PR-программа). Информирование о риске.
3. Факторы кризиса.
4. Типичные ошибки организации после начала кризиса.
5. Правила общения и предоставления информации СМИ.
6. Правила поведения должностных лиц (руководства) в условиях кризиса.

7. Борьба со слухами и недостатком информации (источники слухов, меры противодействия).
8. Особенности массового сознания в кризисных ситуациях.
9. Работа с последствиями кризисов.

Литература

1. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: учебное пособие / Э.В. Кондратьев — Изд. 6-е, испр. и доп. — М.: Академический проспект, 2004.
2. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата / М.М. Васильева [и др.]; под ред. М.М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: [https://biblio-online.ru/viewer/1D8B6D05-1892-46AE-
BEAA-EA5E4227DC94/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-
vlasti#page/1](https://biblio-online.ru/viewer/1D8B6D05-1892-46AE-BEAA-EA5E4227DC94/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti#page/1).
3. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / А.Н. Чумиков. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — [https://biblio-online.ru/viewer/849E155B-35CD-4022-
8918-586BEBD44193/svyazi-s-obschestvennostyu-praktikum#page/1](https://biblio-online.ru/viewer/849E155B-35CD-4022-8918-586BEBD44193/svyazi-s-obschestvennostyu-praktikum#page/1).

3. Методические указания для организации самостоятельной работы студентов

3.1. Общие положения

Комплексное изучение студентами основного содержания дисциплины предполагает овладение материалами лекций, учебников и учебных пособий, творческую работу в ходе проведения практических занятий, а также целенаправленную, систематическую деятельность по самостоятельному закреплению, углублению и расширению знаний данной дисциплины.

Самостоятельная работа преследует цель закрепить и расширить знания, полученные студентами в ходе аудиторных занятий, а также сформировать навыки работы с научной, учебной и учебно-методической литературой, развивать творческое мышление учащихся, их креативные качества, формирование общекультурных и профессиональных компетенций.

Изучение основной и дополнительной литературы является наиболее распространённой формой самостоятельной работы студентов и в процессе изучения дисциплины «Связи с общественностью в органах государственной власти» применяется при рассмотрении всех тем. Результаты анализа основной и дополнительной литературы в виде короткого конспекта основных положений той или иной работы фиксируются в рабочей тетради, наличие которой у студента обязательно.

Самостоятельная работа может выполняться обучающимся в читальном зале библиотеки, в компьютерных классах, а также в домашних условиях. Организация самостоятельной работы студентов предусматривает контролируемый доступ к лабораторному оборудованию, приборам, базам данных, Интернету. Предусмотрено получение студентами консультаций, контроля и помощи со стороны преподавателя.

Основные формы самостоятельной работы:

- поиск необходимой литературы и электронных источников информации по изучаемой теме;
- изучение лекционного материала (ведение конспекта лекций, заполнение рабочей тетради);
- подготовка к практическим занятиям;
- самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса;

- выполнение практического задания для самостоятельной работы по выбору;
- подготовка к контрольным работам;
- подготовка к коллоквиуму;
- подготовка к экзамену.

3.2 Изучение лекционного материала

В процессе лекции студент должен усвоить и законспектировать название темы, учебных вопросов и основные блоки теоретического материала, то есть сделанные преподавателем теоретические посылки (гипотезы), их аргументацию и выводы. Наличие у студента конспекта лекции обязательно. Материалы лекции являются основой для подготовки к практическим занятиям.

Перед каждой лекцией необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции (конспект), т.к.:

- а) знание материала предыдущей лекции позволяет студенту легко следить за мыслью преподавателя и новые понятия связывать со старыми;
- б) повторное чтение лекции, особенно внимательное, существенно улучшает ее понимание и усвоение.

Доработка после лекции – часть подготовки к практическому занятию, к следующей лекции и к контрольной работе. Методика доработки конспекта может быть такой:

- а) прочитать свои записи и попытаться восстановить по ним всю лекцию;
- б) исправить опiski, заполнить пропущенные места;
- в) прочитать материал по учебнику, сравнить с записью, исправить, дописать необходимое;
- г) выделить опорные пункты, отметить их на полях, если нужно пронумеровать, нужное подчеркнуть.

3.3 Подготовка к практическим занятиям

Основной целью практических занятий является комплексный контроль усвоения пройденного материала, хода выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы занятия. Формами контроля выступают устные опросы

и тестирование. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению, заслушивается на практических занятиях в форме подготовленных студентами выступлений (7 – 10 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы.

Главная задача практических занятий – научиться творчески мыслить, аргументировано выступать в обоснование своей позиции, сформировавшейся в ходе самостоятельной подготовки к занятию.

В ходе подготовки к практическому занятию студенту рекомендуется:

- уяснить смысл плана семинара, существо поставленных вопросов;
- ознакомиться с конспектом лекций и соответствующими главами учебников и учебных пособий, заявленных в плане семинарского занятия.

В случае необходимости – законспектировать наиболее важные тезисы из изученных материалов в специально подготовленную для этого тетрадь.

Выступление студента на семинаре должно соответствовать существу обсуждаемой проблемы, быть самостоятельным и свободным.

К цитатам из рекомендованных источников необходимо обращаться в случаях, если это требуется как аргумент для подтверждения высказываемой позиции. После основного выступления по вопросу приветствуются дополнения, поправки к содержанию прозвучавшего выступления, приветствуется продуктивная дискуссия.

Одной из форм самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» является подготовка устных выступлений. Цели подготовки устных выступлений:

- формирование умения грамотно осуществлять выбор литературы и первоисточников по теме сообщения и доклада;
- анализ наиболее важных результатов концептуальных научных исследований по выбранной теме;
- структурированная и логичная подача / презентация материала;
- осуществление взаимодействия с преподавателем и студентами при последующем обсуждении сообщения или доклада.

Подготовка устного выступления включает в себя следующие этапы:

- 1) определение темы и примерного плана выступления;
- 2) работа с рекомендуемой литературой по теме выступления;
- 3) выделение наиболее важных и проблемных аспектов исследуемого вопроса;
- 4) предложение возможных путей интерпретации проблем, затронутых в сообщении или докладе;
- 5) выработка целостного текста устного выступления.

Кроме того, при проведении выступления возможно использование наглядных материалов, например таблиц, иллюстраций, схем. Оптимальным методом завершения устного сообщения или доклада могут быть вопросы со стороны других студентов и преподавателя, а также дискуссия с аудиторией по теме выступления.

3.4 Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса

3.4.1 Возникновение, этапы и современные тенденции развития связей с общественностью

1. Исторические модели PR-коммуникаций.
2. Ситуационная теория общественности Дж. Грюнига.

3.4.2 Коммуникации в связях с общественностью

1. Медиадокументы (документы для СМИ).
2. Основные положения Закона РФ «О средствах массовой информации».
3. Выступление в СМИ в роли представителя организации (правила устного публичного выступления; правила поведения, особенности речи перед микрофоном и телекамерой).

3.4.3 Планирование и реализация программ по связям с общественностью (PR-кампаний)

1. Причины проведения программ по связям с общественностью.
2. Типология PR-кампаний (по продолжительности, по масштабу реализации, по характеру и тактике реализации).
3. 4 основных этапа PR-кампании (формула RACE).
4. Основные компоненты PR-кампании (тема или слоган, цели и задачи, целевые аудитории, ключевые сообщения, стратегия и тактика, график, бюджет, контроль).
5. Исследования в деятельности по связям с общественностью.
6. Средства PR-деятельности.
7. Технология организации специальных мероприятий
 - А) презентации;
 - Б) выставки и ярмарки;
 - В) фестивали;
 - Г) другие.
8. Оценка эффективности PR-кампании.

3.5 Перечень практических заданий по выбору и рекомендации по их выполнению

Выполнение заданий имеет целью научить студента пользоваться полученными теоретическими знаниями, закрепить навыки работы с лекционным материалом и литературой, помочь глубже усвоить изученный материал.

Прежде чем приступить к решению задания, необходимо внимательно его прочитать, уяснить смысл поставленных вопросов, определить область применения теоретического материала. После этого следует найти необходимые источники, разобраться в их содержании и дать обоснованный ответ. Ответы должны быть максимально полными и содержать ссылки на конкретную литературу.

Подготовка заданий для самостоятельной работы подразумевает следующее:

1. Изучение рекомендуемой литературы.
2. Краткий конспект необходимых теоретических материалов в рабочей тетради.
3. План ответа в рабочей тетради.
4. Письменный ответ в рабочей тетради или на листах формата А 4 (не более 3 на каждый вопрос).
5. Список использованной литературы.
6. Предоставление отчета для проверки преподавателю.

Цель предлагаемых заданий – аналитическая работа с теоретическим материалом, подразумевающая творческий подход к применению знаний студентом.

Варианты заданий на выбор для самостоятельной работы

Номер варианта	Вопросы и задания
1	<ul style="list-style-type: none">• История становления системы связей с общественностью в органах власти в России• Участие PR-служб в структуре государственного управления в работе с населением.• ЗАДАНИЕ. Составить план наиболее эффективной стратегии развития коммуникаций с точки зрения специалиста PR
	<ul style="list-style-type: none">• Направления развития российского PR-сообщества.• Использование средств PR при формировании имиджа политиков.

2	<ul style="list-style-type: none"> • ЗАДАНИЕ. Подготовить обзор веб-сайта Правительства РФ
3	<ul style="list-style-type: none"> • Участие PR-служб в структуре государственного управления в работе с населением. • ЗАДАНИЕ. Составить план наиболее эффективной стратегии развития коммуникаций с точки зрения специалиста PR
4	<ul style="list-style-type: none"> • Медиапланирование как часть аналитического направления в работе пресс-службы. • ЗАДАНИЕ. Составить медиаплан для организации, фирмы, предприятия
5	<ul style="list-style-type: none"> • Взаимосвязь паблисити, имиджа, репутации в коммуникационной политике служб PR органов власти. • Организация «горячей линии», «Бюро претензий» для развития контактов с гражданами в органах федерального управления. • ЗАДАНИЕ. Подготовить план организации необходимых мероприятий и шкалу оценки их реализации
6	<ul style="list-style-type: none"> • Использование средств PR при продвижении политической информации. • Формирование паблисити и построение репутации партии в отношениях с избирателями. • ЗАДАНИЕ. Разработать план подачи базовой информации для избирателей: информация общего (ознакомительного) плана; блок специальных вопросов; составление программы и организация встречи руководителей с населением
7	<ul style="list-style-type: none"> • Соотношение между PR и пропагандой. «Черный» PR • Использование Интернета в отношениях с гражданами. • ЗАДАНИЕ. Подготовить реферат-рецензию об основном содержании «Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью» (от 26.09.2001 г.)
8	<ul style="list-style-type: none"> • Создание и поддержание политических мифов в коммуникациях средствами PR. • Деловое общение как элемент паблисити. • ЗАДАНИЕ. Проанализировать наиболее популярные и известные политические мифы. Охарактеризовать используемые при анализе критерии
9	<ul style="list-style-type: none"> • Роль стереотипов в развитии коммуникаций органов власти с населением. • Использование рейтингов в коммуникационной политике.

	<ul style="list-style-type: none"> ● ЗАДАНИЕ. Подготовить аналитические таблицы с конкретными примерами
10	<ul style="list-style-type: none"> ● Специфика PR-деятельности органов власти в Интернете. Проведение специальных мероприятий для повышения политической привлекательности государственной организации. ● ЗАДАНИЕ. Проанализировать основные законодательные акты, регулирующие сферу применения PR-технологий. Составить таблицу рейтингов сайтов государственных организаций
11	<ul style="list-style-type: none"> ● Критерии оценки материалов для СМИ с точки зрения PR-специалистов органов власти. ● Объекты и инструменты лоббирования. ● ЗАДАНИЕ. Разработать социально-профессиональный портрет специалиста PR-службы, работающего с органами власти
12	<ul style="list-style-type: none"> ● Правовые основы связей с общественностью. ● Целевые группы воздействия на общественное мнение. ● ЗАДАНИЕ. Подготовить реферат-рецензию о предыстории развития PR и выдающихся деятелях (от античности до наших дней), успешно использовавших инструменты и технологии PR

3.5 Подготовка к контрольным работам

Выполнение контрольных работ является важным способом контроля и самоконтроля за степенью освоения материала учебной дисциплины. В течение семестра студенты выполняют две контрольные работы по темам «Средства массовой информации в деятельности по связям с общественностью» и «Связи с общественностью в органах власти». Каждая контрольная работа проводится после завершения соответствующей темы. Вариант контрольной работы определяется согласно инструкции преподавателя. Написание работы по иному варианту не допускается; в этом случае работа на проверку не принимается и требует повторного выполнения. Количество начисляемых баллов за выполнение контрольной работы равно проценту правильно решенных задач с учетом их сложности и полноте раскрытия теоретических вопросов. На следующем после проведения контрольной работы практическом занятии преподаватель подводит общие итоги контрольной работы, разбирает часто встречающиеся ошибки и отвечает на вопросы студентов.

Подготовка к контрольным работам предполагает повторение пройденного материала (чтение конспекта лекции по теме, чтение конспекта самоподготовки, изучение дополнительной литературы) и в случае необходимости – консультирование с преподавателем по отдельным вопросам темы.

3.6 Подготовка к коллоквиуму

Коллоквиумом называется форма промежуточного контроля знаний студентов, которая проводится в виде собеседования преподавателя и студента по самостоятельно подготовленной студентом теме или вопросу.

Целью коллоквиума является формирование у студента навыков анализа теоретических проблем на основе самостоятельного изучения учебной и научной литературы.

На коллоквиум выносятся крупные, проблемные, нередко спорные теоретические вопросы. От студента требуется:

- владение изученным в ходе учебного процесса материалом, относящимся к рассматриваемой проблеме;
- знание разных точек зрения, высказанных в учебной и научной литературе по соответствующей проблеме, умение сопоставлять их между собой;
- наличие собственного мнения по обсуждаемым вопросам и умение его аргументировать.

Коллоквиум — это не только форма контроля, но и метод углубления, закрепления знаний студентов, так как в ходе собеседования преподаватель разъясняет сложные вопросы, возникающие у студента в процессе изучения данного источника. Подготовка к коллоквиуму начинается с установочной консультации преподавателя, на которой он разъясняет развернутую тематику проблемы, рекомендует литературу для изучения и объясняет процедуру проведения коллоквиума. Как правило, на самостоятельную подготовку к коллоквиуму студенту отводится 2-3 недели. Подготовка включает в себя изучение рекомендованной литературы и (по указанию преподавателя) конспектирование важнейших источников. Коллоквиум проводится в форме индивидуальной беседы преподавателя с каждым студентом или беседы в небольших группах (4-6 человек). Обычно преподаватель задает несколько вопросов, позволяющих

выяснить степень добросовестности работы с литературой, контролирует конспект. Далее более подробно обсуждается какая-либо сторона проблемы, что позволяет оценить уровень понимания. Если студент, сдающий коллоквиум в группе студентов, не отвечает на поставленный вопрос, то преподаватель может его адресовать другим студентам, сдающим коллоквиум по данной работе. В этом случае вся группа студентов будет активно и вдумчиво работать в процессе собеседования.

3.7 Подготовка к экзамену

Изучение дисциплины завершается экзаменом. Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

За 4-7 дней нужно систематизировать уже имеющиеся знания. При подготовке к экзаменам студенты используют конспекты лекций, конспекты самоподготовки, другие записи, сделанные во время семинаров и коллоквиумов, учебники, учебные пособия и дополнительную литературу. Приступая к подготовке к экзамену, необходимо просмотреть перечень экзаменационных вопросов по курсу, при этом отметить наиболее сложные вопросы, требующие дополнительной проработки. Затем рекомендуется просмотреть весь материал по дисциплине, отмечая наиболее важные тезисы. В заключение целесообразно еще раз повторить основные положения, отметить неточности, а также оставшиеся или появившиеся в ходе подготовки вопросы. Перед экзаменом в обязательном порядке проводится консультация, в ходе которой преподаватель объясняет порядок проведения экзамена, правила поведения на экзамене и отвечает на все имеющиеся у студентов вопросы.

4. Примерный перечень вопросов к экзамену по всему курсу

1. Множественность определений PR. Основные понятия дисциплины
2. Функции и основные направления PR.
3. PR и смежные сферы деятельности.
4. PR – реклама – пропаганда: сходство и различия.
5. Паблик рилейшнз – происхождение и развитие.
6. PR в современной России: хронология развития, основные тенденции.
7. Задачи государственной информационной политики.
8. Поле деятельности и востребованность специалиста по PR в современной России.
9. Общественность в структуре паблик рилейшнз. Целевые группы общественности.
10. Способы сегментирования общественности в теории PR.
11. Особенности формирования общественного мнения и способы управления им.
12. Менеджмент паблик рилейшнз (PR-кампания и ее составляющие). Типология PR-кампаний.
13. Методы исследования общественного мнения.
14. Планирование и программирование PR-деятельности.
15. Оценка эффективности PR-деятельности.
16. Специальные мероприятия в связях с общественностью.
17. Характеристика основных средств PR.
18. Практическая типология СМИ.
19. Механизм управления информацией.
20. Новость и ньюсмейкинг в связях с общественностью.
21. Способы налаживания коммуникации со СМИ.
22. Правила составления и распространения пресс-релизов.
23. Использование медиадокументов в связях со СМИ.
24. Пресс-служба: структура, функции, направления деятельности.
25. Мероприятия для журналистов.
26. Специфика проведения пресс-конференции (брифинга).
27. Власть – население: формы работы, обратная связь.
28. Взаимодействие органов власти с политическими партиями и движениями, некоммерческими организациями.
29. Структурные подразделения службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровня и органах местного самоуправления.

30. Коммуникации в кризисных ситуациях.
31. Слухи: определение понятия; причины возникновения, способы борьбы.
32. Имидж: общая характеристика, функции имиджа.
33. Механизм формирования имиджа.
34. Специфика и направления деятельности государственных служб по связям с общественностью.
35. Задачи российских служб по связям с общественностью в органах власти.
36. Современные информационно-коммуникативные технологии в PR-деятельности органов власти.
37. Специфика и задачи социальной рекламы.
38. Структура, функции, особенности и типология имиджа власти.
39. Критерии отбора составляющих имиджа, разработка его базовых характеристик.
40. Технологии формирования имиджа власти.
41. Методология и методика проведения мониторинга.
42. Лоббирование как механизм работы с органами власти.
43. Виды и формы общественных кампаний.
44. PR в политике. Этапы избирательной кампании. Основные направления деятельности.
45. Планирование предвыборной кампании.
46. Основные технологии формирования политических предпочтений избирателя.
47. Выступление в СМИ в роли представителя организации.
48. Организация специальных мероприятий в сфере правительственных связей с общественностью.
49. Конструирование средствами СМИ имиджа политического руководителя и государственного служащего.
50. Правила профессионального поведения специалиста по связям с общественностью в государственном и местном самоуправлении.

5 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1 Основные источники

1. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=368021>.
2. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата / М.М. Васильева [и др.]; под ред. М.М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/1D8B6D05-1892-46AE-BEAA-EA5E4227DC94/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti#page/1>.
3. 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, 2018. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=952106>.

5.2. Дополнительные источники

1. Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г.А. Борщевский. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti#page/265>.
2. Управление общественными отношениями: Учебник / В.С. Комаровский, М.Д. Валовая, А.Б. Василенко и др; Ред. В. С. Комаровский; Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. – М.: РАГС, 2003.
3. Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации: учебник для академического бакалавриата / В.В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D/sociologiya-massovoy-kommunikacii#page/1>.
4. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата /

- А.А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8/organizaciya-i-provedenie-kampaniy-v-sfere-svyazey-s-obschestvennostyu#page/1>.
5. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учеб. Пособие для студентов вузов / М.В. Гундарин. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015.